

**Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет
Кафедра туристичного бізнесу та рекреації**



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

РОЗРОБКА ТА ПРОСУВАННЯ ШОПІНГ-ТУРУ ПО ГРЕЦІЇ

Здобувачки

Катерина АНГЕЛЬЧУК

Керівники

Федір ТРИШИН
Оксана БАЙРАЧНА

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від 07.06.2022 р., протокол № 11.

Завідувач кафедри ТБтаР _____

Олена МЕЛІХ

Одеса - 2022 рік

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
(ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ)

Факультет	Технології вина та туристичного бізнесу
Кафедра	Туристичного бізнесу та рекреації
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	242 Туризм
Освітня програма	Міжнародний туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри ТБтаР

Олена МЕЛІХ

11 лютого 2022 р.

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Катерині АНГЕЛЬЧУК

1. Тема роботи «Розробка та просування шопінг-туру по Греції»

Затверджена наказом академії від «03» листопада 2022 р. № 921-03.

2. Термін здачі здобувачем закінченої роботи 06.06.2022

3. Вихідні дані роботи нормативно-законодавчі акти з туристичної сфери, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, наукових журналів, статистичних даних, інформаційних on-line ресурсів

4. Перелік питань, які потрібно розробити

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ШОПІНГ-ТУРІВ

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ТА РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ АТРАКЦІЙ ГРЕЦІЇ

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТА ПРОСУВАННЯ ШОПІНГ-ТУРУ ПО ГРЕЦІЇ

ВИСНОВКИ

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

ДОДАТКИ

5. Перелік графічного матеріалу

Презентація до кваліфікаційної роботи (13 слайдів)

6. Консультанти по роботі, із зазначенням розділів роботи

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 3	В'ячеслав ІВАНЧЕНКОВ	11.02.2022	06.06.2022

7. Дата видачі завдання 11.02.2022

Керівники

Федір ТРШИН

Оксана БАЙРАЧНА

Завдання прийняв/ла до виконання _____

Катерина АНГЕЛЬЧУК

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи
1	Підбір та обробка інформації	14.02-04.04.2022
2	Написання розділу 1	05.04-21.04.2022
3	Написання розділу 2	22.04-03.05.2022
4	Написання розділу 3	04.05-23.05.2022
5	Оформлення роботи	24.05-26.05.2022
6	Підготовка доповіді та презентації	27.05-31.05.2022

Завдання прийняв/ла до виконання _____

Катерина АНГЕЛЬЧУК

Керівники

Федір ТРШИН

Оксана БАЙРАЧНА

АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи бакалавра

Робота містить 73 сторінки, 1 таблиця, 2 рисунки, список літератури з 21 найменувань, 2 додатки.

Метою виконання роботи виступає розробка проєкту шопінг-туру в Грецію.

Об'єктом аналізу, узагальнень і дослідження виступають центри продажу товарів в Греції, на прикладі Касторії.

Завданням роботи передбачено виявити специфіку визначення шопінг-туру для сучасного туриста, провести аналіз та виявити шоп - центри в Греції, розробити проєкт шоп-туру.

За результатами виконаної роботи сформульовані висновки про доцільність запропонованого туру та можливість його реалізації на практиці.

Одержані результати можуть бути використані для впровадження розробленого туру в діяльність турфірми.

Рік захисту роботи 2022

ANNOTATION

to the qualification work of a bachelor

The work contains 73 pages, 1 table, 2 figures, a list of references of 21 titles, 2 appendices.

The purpose of the work is to develop a project of a shopping tour to Greece.

The object of analysis, generalization and research are sales centers in Greece, on the example of Kastoria.

The task of the work is to identify the specifics of the definition of a shopping tour for modern tourists, to analyze and identify shopping centers in Greece, to develop a project of a shopping tour.

Based on the results of the work performed, conclusions are formulated on the expediency of the proposed tour and the possibility of its implementation in practice.

The obtained results can be used to implement the developed tour in the activities of the travel agency.

Year of protection of work 2022

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ШОПІНГ-ТУРІВ	9
1.1. Поняття та загальна характеристика шоп - туризму як специфічного виду в туристичній сфері.....	9
1.2. Специфіка та напрямки шоп-туризму	16
1.3. Перспективи розвитку шоп-туризму	22
Висновки до 1 розділу	25
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ТА РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ АТРАКЦІЙ ГРЕЦІЇ	27
2.1. Греція: історичні та географічні особливості	27
2.2. Туристичний потенціал Греції.....	33
2.3. Особливості подорожування та туристичні формальності для українців	46
Висновки до 2 розділу	50
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТА ПРОСУВАННЯ ШОПІНГ-ТУРУ ПО ГРЕЦІЇ «ВСІ ЇДЕМО ЗА ХУТРОМ»	52
3.1. Розробка та просування шопінг- туру по Греції	52
3.2. Економічне обґрунтування вартості туру.....	57
Висновки до 3 розділу	58
ВИСНОВКИ.....	59
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ.....	62
ДОДАТКИ.....	65
Додаток А. Презентація до кваліфікаційної роботи бакалавра	66
Додаток Б. Перевірка на антиплагіат	73

ВСТУП

Актуальність теми. Туризм це не лише подорожі та нові пригоди у далекі країни. Ця неймовірна індустрія буквально змушує світ обертатися. Від підтримки місцевого бізнесу до трильйонів євро світового ВВП значення туризму для економіки просто величезне. Без організованого туризму постраждають багато спільнот, культури, тварин і землі. Оскільки дохід від туризму є важливим стимулом для збереження територій, що мають природне та культурне значення, усунення цього стимулу збільшує ризик зникнення цього дорогого об'єкта. Вони, ймовірно, будуть знищені, щоб звільнити місце для більш прибуткових та часто шкідливих розробок, таких як масове сільське господарство. Гарна новина полягає в тому, що організований туризм, і його величезний вплив на економіку, знаходиться на підйомі. Для того, щоб задовольнити побажання кожного туриста, навіть самого вибагливого, постійно вигадують щось нове. Останнім часом шопінг тури стрімко набирають популярність. Шоп тури - це приємна можливість оновити гардероб, змінити обстановку, відпочити в новій країні, відволіктися від рутини.

На сьогоднішній день шоп-тури може купити будь-яка особа, оскільки мета оновити гардероб або купити щось нове, й це вже не той човниковий шопінг-туризм, який був притаманний раніше.

Об'єктом дослідження – шопінг - туризм.

Предмет дослідження - розробка та просування шопінг - туру в Грецію.

Мета дослідження – розробити новий шоп-тур в Грецію.

Завдання дослідження полягає в наступному:

- дати визначення сучасному шоп-туру;
- проаналізувати туристичний потенціал Греції;
- розробити шоп-тур.

Методичною та методологічною основою кваліфікаційної роботи є спеціалізована література.

Інформаційною базою є Інтернет джерела, підручники, надбання туристичних фірм.

Теоретична і практична значущість роботи полягає в тому, що проєкт шоп-туру можна використовувати туроператором для продажу та ОНАХТ (ОНТУ) в навчальному процесі.

Кваліфікаційна робота складається з трьох розділів, висновків. У першому розділі розкриваються історичні особливості шоп-туризму. У другому розділі аналізуються грецький туристичний потенціал. У третьому розділі запропоновано проєкт шоп-туру в Грецію.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ШОПІНГ-ТУРІВ

1.1. Поняття та загальна характеристика шоп - туризму як специфічного виду в туристичній сфері

У сучасній індустрії туризму класифікації його видів дуже різноманітні. Їх метою є «зближення» з потребами туристів, яке дозволяє виробникам і постачальникам туристичних і готельних послуг більш ефективно організовувати, керувати і реалізовувати свої продукти, задовольняти запити клієнтів.

Класифікації спираються на різні ознаки: мета поїздки, форму її організації, тривалість, джерело фінансування, засоби пересування, число учасників, їх вік, ритмічність туристичних потоків, місце призначення ті ін. [1]. Функціональна класифікація видів туризму визначається метою поїздки. Відповідно до цього розрізняють наступні основні види туризму:

1. рекреаційний;
2. лікувально-оздоровчий;
3. пізнавальний;
4. діловий;
5. спортивний;
6. етнічний;
7. релігійний;
8. транзитний;
9. освітній.

Розглянемо та порівняємо діловий туризм та шопінг-туризм.

Діловий туризм охоплює подорожі зі службовими або професійними цілями без отримання доходів за місцем тимчасового перебування. До цього виду туризму відносяться поїздки для участі в з'їздах, наукових конгресах і

конференціях, виробничих нарадах і семінарах, ярмарках, виставках, салонах, а також для проведення переговорів і укладення контрактів, монтажу та налашки обладнання.

Шопінг-туризм - це поїздки в інші міста і країни з метою здійснення покупок в місцевих магазинах і проведення часу в торгово-розважальних комплексах. Шоп-туризм - організовані поїздки в різні країни за заздалегідь наміченим маршрутом, метою яких є придбання товарів широкого вжитку, а також знайомство з значними туристичними об'єктами цих країн. Як один з ключових видів бізнес-туризму, шоп-туризм виник у результаті економічної диспропорції у світовій економіці, прив'язаний до економічних традицій та тенденцій територіальних громад, які розміщені на значній відстані одна від одної. Стрімкий розвиток шоп-туризму отримав у результаті значної класової роз'єднаності суспільств та фінансовими можливостями та примхами вищих класів. Шоп-тури отримали велику популярність у результаті зростання транспортних та інформаційно-реklamних технологій, які спекулюють на бажанні людини заощадити або ж виділитися у своєму суспільстві. [2]

Іноді шопінг-тури поєднуються з пізнавальними екскурсіями і подорожами.

Шопінг-туризм зародився ще в давні часи. Територія сучасної України в цьому процесі відігравала дуже важливу роль.

Геопросторове розташування України на перетині шляхів з Європи до Азії зумовило історичний розвиток шоп-туризму на території країни. Основні маршрути шоп-туризму прокладені ще за часів караванної торгівлі, які вели з Азії (Китай, Індія, Персія) до Європи (Візантія, пізніше Римська імперія) і з Балтики до Чорного та Середземного морів.

Використання шляху знизилося з падінням римського впливу на Близькому Сході та початокмарабських завоювань. Потім у XIII - XIV століттях

при монголах почався період відродження, за яким у XV столітті занепав, пов'язаний з розвитком морської торгівлі.

Найнедавнішою спробою активізації стародавнього торговельного шляху, який з'єднує Схід та Захід, є програма міжнародного транспортного коридору Європа-Кавказ-Азія ("ТРАСЕКА"), який іноді називається "новим шовковим шляхом". Влітку 1998-го року дванадцять країн Кавказу, Чорного моря та Середньої Азії, за підтримки США досягли угоди про створення залізничного, морського, повітряного та автомобільного транспортного коридору з Китаю та Монголії до Європи, в обхід Росії. Секретаріат програми знаходиться в Баку. Основні відправні пункти Великого шовкового шляху знаходяться в наступних країнах: Китай, Киргизія, Казахстан, Таджикистан, Узбекистан, Туркменія, Іран, Азербайджан, Грузія.

Великий шовковий шлях, який простягся на тисячу кілометрів ніколи не був єдиною магістраллю. У його систему входило кілька доріг, які проходили через різні перевали в обхід пустель.

Різновидом шоп-туризму є "човниковий бізнес" - регулярні поїздки за кордон, переважно до Польщі, Угорщини, Румунії, Туреччини, за товарами широкого споживання, які там коштували дешевше, ніж в Україні.

"Човниковий бізнес" офіційною мовою означає "імпорт фізичними особами споживчих товарів для подальшого перепродажу без сплати податків, обов'язкових для виплати юридичними особами, які займаються зовнішньоторговельною діяльністю". На відміну від організацій та підприємств "човники" звільняються від сплати митних тарифів, прибуткових та інших податків. Безмитне провезення товарів і висока конкуренція серед продавців призвели до встановлення дуже низьких цін на імпортовану продукцію, яка має попит у середньо- та малозабезпечених верств населення. Навіть після посилення обмежень на "човниковий" бізнес (зниження граничного розміру суми, на яку фізичні особи безмитно можуть провозити товари) ця діяльність

залишається високорентабельною. Значне зменшення обсягів виробництва або і повне припинення функціонування багатьох підприємств змусило мільйони робітників зайнятися "човниковим" бізнесом [3].

Човниковий бізнес у 1990-х роках ХХ століття перетворився на потужне соціальне та економічне явище, за якого тисячі громадян України задля постачання на українські ринки продовольчих та непродовольчих товарів за допомогою туристичних агенцій та бюро подорожей вирушали у регулярні поїздки за кордон. Для перевезення "човників" туристичні агентства часто організовували чартерні автобусні та авіаційні рейси. У важкі роки перехідного періоду "човниковий" бізнес зіграв важливу роль у забезпеченні засобами для існування багатьох людей, певним чином були джерелом первинного накопичення капіталу. За часів економічної кризи 90-х років в Україні "човники" представляли основну масу міжнародних пасажирів.

Обсяг "човникового" бізнесу постійно скорочується. "Човникам" важко пристосуватися до постійних змін ринкової кон'юнктури, митного законодавства та конкурентного тиску великого бізнесу, але, найголовніше, зникає різниця в цінах. Зокрема, відчутним стимулом стала постанова КМУ №1007 від 3 липня 1998 року, який обмежує безмитне провезення товарів[4].

В Україні сучасний шопінг-туризм почав зароджуватися, наприкінці ХХІ ст. під час перебудови, коли відкрилися кордони для вільного відвідування інших країн і люди почали виїжджати за кордон за різними товарами. У країнах Європи є цілі «торгові села» або outlet villages. Їх кількість біля 10. В них продається різноманітний якісний товар за ціною, що значно нижче в порівнянні з магазинними іноді до 70 %.

«Торгові села» дуже популярні як і у самих європейців, так і у туристів із-за якості товарів, широкого асортименту і величезних знижок. Останнім часом набуває широкої популярності шопінг зі стилістом. Люди готові приїжджати з інших міст, для того, щоб пройти зі стилістом по магазинах з

метою придбання модних образів. Такі туристи не мають на меті купити фірмову річ або розпродажну. Їх мета в придбанні стильного одягу.

Також до шопінг-туризму можна віднести подорожі з цілю придбання товарів оптом, у разі, якщо подорож триває більше 24 годин і подорожуючий зупиняється в готелі і, відповідно, користується послугами ресторану.

Як і всі види туризму, шопінг-туризм ділиться на два види: виїзний і внутрішній.

Також шопінг-тури розрізняються по дальності передбачуваних поїздок: близьке і далеке зарубіжжя.

Шопінг-туризм може існувати у чистому вигляді, коли мета туриста полягає виключно у придбанні товарів, а може бути суміщений з іншими видами туризму – рекреаційним, пізнавальним, діловим та ін.

Як правило, туристичні агентства пропонують шоп-тури двох видів:

- шоптури без зобов'язань, які припускають оплату туристом повної вартості поїздки, але при цьому він вільний робити покупки на будь-яку суму, або зовсім їх не робити;

- шоп-тури із зобов'язаннями пропонуються в популярні країни «спеціалізованого» шопінгу, такі як Греція, Італія. Програми таких шоп-турів передбачають купівлю туристом товару на фіксовану у договорі суму (зазвичай, близько 1200 євро). При цьому додаткові витрати відсутні: турист нічого не платить ні за дорогу, ні за наземне обслуговування [1].

Заощадження. Туристи відправляються в шоп-тури в прагненні заощадити. Купуючи речі в країні-виробнику, вони не оплачують накрутку, яка неминуче з'являється за рахунок транспортування, митних зборів, місцевої накрутки при перепродажі. Вигода шопінгу за кордоном також в тому, що до України мода доходить із запізненням на рік-два, тому, купивши річ за невисокою ціною за кордоном, через деякий час можна опинитися на піку моди в Україні.

Повернення ПДВ. У вартість товарів, що придбані шоп-туристами за кордоном, входить ПДВ -- податок на додану вартість. Іноземні туристи, мають право отримати повернення частини ПДВ, за умови вивозу товару з країни. Майже в будь якій країні світу шоп-турист може оформити Tax Free, тобто повернути з ціни товарів ПДВ, що зробить покупки ще вигіднішими. Практично в усіх крупних торгових центрах світу є відділи, що оформляють Tax Free, тобто повернення ПДВ іноземним покупцям. Деякі фірми надають послуги з відшкодування податку на придбані і вивезені з країни в особистому багажі товари вже при поверненні шоп-туристу додому.

Спеціальні тури. Багато туристичних операторів формують окрему категорію турів, призначених для любителів шопінгу. Такий варіант відпочинку підходить для тих, хто бажає відвідати закордонні бутіки та багатоповерхові торгові центри, поповнити свої колекції одягу і взуття ексклюзивними новинками і оновити свій гардероб товарами найвідоміших брендів індустрії моди. За наявності великої кількості шоперів тур фірми відправляють їх чартерними рейсами, що здешевлює вартість туру.

Ціна. Ціна тур пакета зазвичай включає: переліт, трансфери, страховку, проживання в недорогому готелі, поїздки до торгових центрів, на склади і фабрики в супроводі гіда, який допомагає робити покупки. За наявності великої кількості шоперів турфірми відправляють їх чартерними рейсами.

Відстань поїздок. Шоп-тури розрізняються за дальністю поїздок: близьке і далеке зарубіжжя. Під ближнім зарубіжжям в основному розуміється Туреччина та Польща, рідше -- Чехія. Під дальнім Китай, а також більшість столиць європейських держав -- Лондон, Париж, Берлін, Рим, Мілан і т. д.

Проаналізувавши все вище сказане можна скласти порівняльну таблицю (табл. 1.1) з якої видно, що діловий туризм і шопінг-туризм значно відрізняються один від одного і за цілю подорожей, і за тим, хто оплачує

подорож, і, навіть, за тим, хто виступає у ролі туриста. Адже стати шопінг-туристом може і домогосподарка, і пенсіонер.

Таблиця 1.1. Основні ознаки ділового туризму та шопінг-туризму [5]

Ознаки	Діловий туризм	Шопінг-туризм
Мета	Участь у виставках, конференціях, нарадах, конгресах, семінарах тощо з цілю налагодження ділових зав'язків та/або підвищення робочої кваліфікації	Учать у шоп-турах або індивідуальні подорожі з цілю придбання дешевих, фірмових або ексклюзивних речей
За чий рахунок	Оплачує роботодавець, рідше сам турист у випадку коли він є підприємцем, а не корпоративним робітником	За власний рахунок.
Хто виступає у якості туриста	Особи, що займають різні посади у корпораціях, медичних, наукових, державних установах тощо та підприємці.	Будь-хто
Число учасників	Як правило від 20 і вище	Від одної особи
Основні місця призначення	Німеччина, Великобританія, Франція, Нідерланди, Італія, Швеція, Швейцарія, Бельгія, Сингапурі, Китаї, ОАЄ	Греція, Туреччина, Китай, ОАЄ, Італія, Франція, Іспанія, Португалія, Австрія, Польща

А, отже, шопінг-туризм не є різновидом ділового туризму. Специфікою шопінг-туризму є те, що, на відміну від інших видів туризму, шопінг-туризм безпосередньо залежить не від наявності природних ресурсів, а від економічних та трудових ресурсів, оскільки основною його метою є купівля товарів по найбільш вигідним цінам або купівля унікальних товарів характерних тільки для даного регіону.

Шопінг-туризм - це сегмент туризму в цілому, що швидко розвивається. В умовах перенасичення ринку туристичних послуг, туристи готові приймати нові види послуг і саме шопінг-туризм є новою, цікавою частиною всього туризму, який цікавий як самим туристам, так і турагентам і туроператорам. Шопінг-туризм сприяє зростанню рівня міжнародної в пізнаваності країни і економічному розвитку тому, даний сектор туризму має велике значення для України.

На даний час в Україні доля закордонних шопінг-туристів невелика, в основному туристи приїжджають з цілю ознайомлення з культурою, відпочинку та розваг. Наприклад, в Україні є кілька міст, де різні товари можна придбати за неймовірно низькими цінами. З метою вигідного шопінгу українці відвідують Одесу, Харків, а також Хмельницький. Літній шопінг в Одесі вигідно поєднують з відпочинком на морі. Для розвитку шопінг-туризму в Україні потрібно направити сили на створення необхідної інфраструктури, залучати на ринок торгівлі міжнародні бренди, популяризувати українські бренди, урізноманітнити та покращити якість товарів, а також формувати ціни на товари таким чином, щоб ціна була адекватною якості товару, проводити шопінг-фестивалі, оптимально скомбінувати комерційні пропозиції міст України з культурними та розважальними заходами і почати активно рекламувати ці пропозиції, як на міжнародному, так і на українському ринку туризму. [1]

1.2. Специфіка та напрямки шоп-туризму

Сфера туризму постійно розвивається, тому попит на класичні напрямки туризму зменшується, що вимагає урізноманітнення існуючих форм відпочинку. Однією з таких форм є шопінг тури.

Шопінг-туризм – один із видів туризму, головною метою якого є здійснення покупок під час туристської подорожі.

Шопінг (англ. shopping) – процес часопроведення на ринках чи у торговельних центрах з метою покупки різноманітних товарів. Процес шопінгу передбачає не лише покупки товарів, а і супутні активності, як то відвідування закладів харчування чи розважальних закладів. Шопінг тури набули своєї популярності на початку XXI століття серед певної категорії фінансово спроможних людей, а також для частини бізнесу (туризм, торгівля, транспорт, фінансово-платіжні структури), поступово перетворюючись в галузь економіки (для окремих територіальних формувань та їх економік). [6]

Шопінг тури характерні для України та країн СНД, їх метою є поїздка за кордон для придбання товарів необхідних для повсякденного життя або для реалізації. Актуальними є тури у Туреччину, Португалію, Італію, Сирію – за взуттям, трикотажем та іншими товарами; в Індонезію – за текстилем; в Грецію й Аргентину – за хутрами; у Польщу та Італію – за меблями; в ОАЕ – за теле- і радіотоварами; у Німеччину, Швецію, Голландію – за автомашинами. В Франції, Італії, Великобританії, Німеччині та інших країнах регулярно проводяться розпродажі, у період розпродажів за низькими цінами продається не тільки одяг, взуття, а також інші групи товарів, що призводить до великого попиту з боку споживачів.

У деяких європейських країнах (наприклад, в Італії та Франції) період проведення розпродажів суворо регулюється законодавством, законодавці вимагають робити знижки та проводити акції в визначені дні. Туристи планують шоп-тури з метою заощадити кошти. Адже, купуючи речі в країнівиробнику, вони не оплачують додаткові кошти, які неминуче з'являються за рахунок митних зборів, транспортування, місцевої націнки при перепродажу.

Особливістю шопінг турів є організація поїздки з можливістю відвідати точки продажу товарів, які має бажання придбати турист. Тому туристичний оператор основний час подорожі планує відвідування торгових точок, туристи повинні бути заздалегідь проінформовані про особливості такого туру і налаштуванні на те, що багато з визначних пам'яток міста або країни вони не відвідають. Екскурсійні програми в шопінг турах дуже стислі, а іноді вони зовсім відсутні. Найчастіше тури організуються в промислово-торговельні регіони таких країн як Італія, Туреччина, Греція, Франція. Досить невелика ціна турів зумовлена тим, що частину витрат беруть на себе торгові центри (фабрики, склади), зацікавлені в збільшенні кількості покупців.

Шопінг тури поділяються на тури із зобов'язаннями або тури без зобов'язань. У першому випадку турист дає розписку, що витратить на покупки певну суму, також цю обіцянку часто вимагають підкріпити грошовою заставою в розмірі повної вартості туру – на випадок, якщо турист з певних причин не здійснить дані витрати. Наприклад, заплативши 300 грн. е. за тур до Італії, ви залишаєте фірмі ще 200 у. е. - цю суму вам повернуть після пред'явлення чеків за покупки. Тури без зобов'язань звичайно коштують дорожче, але при цьому не контролюється сума на яку повинна здійснюватися покупки. Наприклад, шопінг програма до Італії влітку оцінюється у 380 у. е. Але при цьому ніхто не контролюватиме, скільки ви витратили в торгових рядах. Ціна турпаketу включає: переліт, трансфери, страховку, проживання в готелі і, що найголовніше, поїздки в торгові центри, на оптові бази та фабрики у супроводі гіда-перекладача, який допоможе вам робити потрібні вам покупки. Щоб правильно зорієнтуватися на місцевості, необхідно чітко сформулювати, що саме вас цікавить – які речі та яких марок.

Швидкий розвиток шопінг-туризму та хороший попит на шоп-тури мають історичне підґрунтя. В минулому вся торгівля йшла на ринкових площах міст, куди люди йшли за товарами. Перші поверхи прилеглих будинків були

перетворені на торгові лавки, і ремісники, що виробляли свої товари в одній кімнаті, в іншій їх продавали.

Масова культура шопінгу почала зароджуватися в середині XIX століття в США і Західній Європі, що було пов'язано з появою універмагів і супермаркетів. З того часу шопінг стає частиною повсякденного життя людини і, як вид туризму, користується все більшим попитом. Саме тому, на сьогодні шоп-тур – це, перш за все, організоване задоволення для туристів, можливість поєднати приємний відпочинок з корисними покупками, а для туристичного агентства, за умови грамотної організації такого туру, – можливість отримання значної матеріальної вигоди.

В шопінг-туризмі виділяють такі різновиди, зокрема: шопінг, популярність якого пов'язана з періодом розпродажів, сезонних знижок або виходам нових колекцій одягу (такі поїздки здійснюються в країни, де можна придбати дорогі ексклюзивні речі за зниженими цінами); традиційний шоп-туризм (коли поїздка не прив'язується до певної дати, оскільки здійснюється в країну, де завжди можна зробити вигідну покупку); поїздки вихідного дня (вони не змушують туриста вносити зміни в робочий графік і зазвичай практикуються в прилеглі країни). [7]

Одним з типів туристів є шопоголіки. Для цього туризму підходять всі країни, де є шопінг, проводяться покази мод, можна купити відомі бренди. Особливо актуальний шоп-тур в період "sale" (розпродажу). Для такої форми туризму та туристів проєктуються шопінг-готелі. Шопінг-готель це варіант готелю, де туристи зупиняються тут для того, щоб мати можливість багатоденного шопінг-туру. Така форма готелю призначена для здійснення покупок практично не виходячи за межі готелю. За функціональним призначенням різні готельні приміщення групуються в житлову, громадську і службово-господарську частину. Основними являються житлова та громадська. У шопінг-готелях додається ще окремо торговорозважальна зона. Сам торгово-

розважальний центр (ТРЦ) може бути структурною одиницею готельного комплексу або бути самостійним об'єктом. [8]

До готельного корпусу висуваються ті вимоги, що й до класичних готелів та зазначені в класифікації за рівнем комфорту (в залежності від передбачуваних кількості зірок та класу). Найбільш популярні шопінг-готелі на 3 чи 4 зірки. Але також досить достатня кількість 5-ти зіркових шопінг-готелів. Наприклад, «The Address Dubai Mall» в Дубаях. У складі готелю можуть бути передбачені такі зони: житлова, приймально-вестибюльна, підприємств харчування, культурно-досугова, фізкультурно-оздоровча, медичного обслуговування, побутового обслуговування, підприємств торгівлі, ділової діяльності, адміністрації та служб експлуатації, приміщень обслуговування, вбудовано-прибудованих підприємств та установ. Наявність приймально-вестибюльної та житлової груп приміщень обов'язково. Склад додаткових приміщень не нормується та приймається відповідно до завдання на проектування або з проектом [9].

Сьогодні готельний сервіс включає цілий комплекс послуг для туристів кімната для переговорів, бізнес центр, заклади громадського харчування (міжнародний ресторан, ресторан, що кваліфікується на одній кухні, кава-шоп, паб та ін.), спорзали, басейн, джакузі, спа тощо. Громадська частина переважно розташовується на нижніх поверхах. Але можуть бути виключення, якщо це має цікаве концептуальне значення. Наприклад, ресторан в «Al Faisaliah Hotel» на останньому поверсі з якого відкривається панорамний вид на Ер-Ріяд. Житлова частина основна за призначенням та займає більшу частину площі так як головною функцією будь якого готелю в першу чергу є надання тимчасового житла. А основним елементом, як і в класичних готелях, так і в шопінг-готелях, є номер, житлова чарунка. На житлових поверхах розміщують номери, приміщення для чергового персоналу, що обслуговує номери, загальні горизонтальні комунікації, гостині кімнати, ліфтові чи ліфтові в поєднанні зі

сходами холи. Найчастіше вузол зі сходами та ліфтом розміщують поблизу композиційного центру плану для того, щоб зменшити максимальну відстань від нього до номеру [10]. Поняття масштабу для шопінг-готелю є відносною категорією й спірної річчю: крім кількості місць у готелі важливий розмах прилеглих торгових майданчиків, від яких залежить термін проживання гостей. А також сегмент розважальних центрів, розташованих тут же ще один елемент, здатний надовго затримати гостя. Наприклад, В ОАЕ та Саудівській Аравії часто можна зустріти цілі «набори» розважальної індустрії, де крім стандартних атракціонів виступають оркестри та балетні колективи зі світовим ім'ям. [8]

Найбільш популярними містами для шопінгу є Париж, Стамбул, Мілан, а серед країн – Об'єднані Арабські Емірати. У Парижі шоп-туристи намагаються потрапити у відомий «Galeries Lafayette» – магазин, де можна знайти всі світові бренди одягу. Будинок заслуговує уваги своєю архітектурою, а також наявністю жіночого та чоловічого «корпусів». Знаходиться від Опери на північ, якщо перейти через Bd Haussmann. Праворуч також відомий магазин – Printemps, а напроти останнього – C&A. На вулиці Les Halles знаходиться новий торговий центр Forum des Halles, він вміщає більше, ніж 180 магазинів, які з'єднуються між собою лабіринтом з ескалаторів. La Samaritaine – п'ятиповерховий комплекс з численними відділами одягу, білизни, парфумерії, з верхньої тераси магазину відкривається приголомшливий вид на три Триумфальні арки: біля Лувру, на Єлисейських Полях і в районі Дефанс. Магазин «Bon Marche», відкритий в 1852 році, – найперший універмаг у країні. Величезний товарообіг дозволив господареві встановлювати низькі ціни, тому магазин і назвали «Bon Marche» – «дешевка». Архітектором успішного проекту був сам Гюстав Ейфель. Покупці з товстим гаманцем задовольняються магазинами, розташованими на avenue Montaigne. Стамбул – одна з найбільш дешевих столиць країн Середземномор'я. Традиційними покупками вважаються турецькі килими, вироби зі шкіри сучасного або старовинного

покрою, золоті та срібні прикраси, кераміка і фаянс, начиння з міді та цинку, солодощі. Як правило, якісні товари коштують зовсім недорого, крім того, з продавцями можна торгуватися – вони готові зменшити ціну. Великий Базар (тур. Karalı Çarşısı) намагаються відвідати шоп-туристи з усього світу. Це багатовікова легенда – тут торгують з покоління в покоління ще з IV ст. У наш час легендарний Великий Базар перетворився по суті в Сувенірний. Тут продають те, що зазвичай туристи везуть з Туреччини: хустки для танцю живота, одяг, килими, золото, прикраси, посуд, кальяни, яблучний чай і т. д. Особливо багато шкіряних виробів. Тут можна знайти практично всі останні моделі сумокпідробок а-ля Prada, Louis Vuitton або Hermès. Мілан – це, перш за все, світова столиця індустрії моди. Саме тут представлені всі всесвітньовідомі бренди та імена, які пропонують покупцям авторський одяг, взуття, аксесуари, меблі, тканини, предмети розкоші. Широкий вибір різноманітних недорогих товарів привертає шоп-туристів в Об'єднані Арабські Емірати (ОАЕ). Спочатку їх цікавило тільки відвідування речових ринків, але поступово модель поведінки «човників» («човниковий бізнес» офіційною мовою означає «імпорт фізичними особами споживчих товарів для подальшого перепродажу без сплати податків, обов'язкових для виплати юридичними особами, які займаються зовнішньоторговельною діяльністю») мінялася, і шоп-туризм в ОАЕ став набувати цивілізованих форм; шоптуристи все частіше розміщуються з комфортом і зручностями в чотирьох-п'ятизіркових готелях і поєднують покупки з відпочинком. Після інтенсивної праці шоп-туристи прагнуть розслабитися і прямують на узбережжя. [11]

1.3. Перспективи розвитку шоп-туризму

Сучасний шопінг туризм відносяться до нових видів туризму. Він виник в Європі в минулому столітті, а в Україні в дев'яностих роках, коли туристи стали

відвідувати зарубіжні країни з метою різних покупок. Це окремий напрямок, відрізняється своїми цілями і завданнями від інших видів туризму. Шоп-туризм — це організовані поїздки за заздалегідь наміченим маршрутом, метою яких є придбання товарів широкого споживання. Під час такої поїздки у туристів є можливість поєднати корисне з приємним – відвідати в інших регіонах туристичні об'єкти та безліч торгових точок і зробити необхідні покупки водночас. На сьогодні цей вид туризму користується надзвичайним попитом і в Україні. [12] Цей вид туризму є досить прибутковою для приймаючої країни, особливо в дні розпродажів та знижок, що підкреслює актуальність наукових досліджень і питань з цієї теми. Розвиток сучасних шоп-турів підтримується внаслідок зростання інформаційно-реklamних та транспортних технологій, які спекують на бажанні людини заощадити, мати наймодніші речі або просто виділитися. Даний вид туризму став модною тенденцією на початку ХХІ століття для певної категорії фінансовоспроможних людей, а також для частини бізнесу (торгівля, туризм, фінансово-платіжні структури, транспорт тощо), поступово перетворюючись в галузь економіки (для окремих територіальних формувань та їх економік). Кожний вид туризму має свою специфіку, тож, не є виключенням і шоп-туризм. На відміну від інших видів туризму, шоп-туризм безпосередньо залежить не від наявності природних ресурсів, а від економічних та трудових, оскільки основною його метою є скупівля одягу по найбільш вигідним цінам. Багато туристів обновляють свій гардероб за кордоном, а найактивніші з них їдуть не просто в туристичні, а в шопінг-тури. Найчастіше тури організовуються в промислово-торговельні регіони таких країн, як Туреччина, Італія, Франція, Греція. Дешевизна їх цілком зрозуміла: частину витрат беруть на себе торгові центри (фабрики, склади), зацікавлені в припливі покупців. [13] Практично всі регіони України з радістю чекають напливу шоптуристів, власники бутиків і магазинів оновлюють і розширюють свій асортимент, торговці на ринках готуються до отримання значного прибутку.

Таким чином, на сьогодні шоп-тур – це, перш за все, організоване задоволення для туристів, можливість поєднати приємний відпочинок з корисними покупками, а для туристичного агентства, за умови грамотної організації такого туру, – можливість отримання значної матеріальної вигоди. В шоп-туризмі виділяють наступні різновиди, зокрема: традиційний шоп-туризм (коли поїздка не прив'язується до певної дати, оскільки здійснюється в регіон, де завжди можна зробити вигідну покупку); шопінг, приурочений до періодів розпродажів, сезонних знижок або виходам нових колекцій одягу (такі поїздки нерідко здійснюються в ті регіони, де можна придбати дорогі ексклюзивні речі за зниженими цінами); поїздки вихідного дня (вони не змушують туриста вносити зміни в робочий графік і зазвичай практикуються в прилеглих регіонах). Україна перебуває на стадії розвитку національної бази шоптуризму, бо поки що країна не має необхідної інфраструктури та торговельних брендів зі світовою відомістю. Проте в Україні є кілька міст, де різні товари можна придбати за неймовірно низькими цінами. З метою вигідного шопінгу зазвичай відвідують Одесу, з її відомим торговим майданчиком «7 кілометр», Харків (ТЦ «Барабашово»), а також Хмельницький. Це традиційні міста, де роблять оптові закупівлі речей приватні підприємці з метою їх подальшого перепродажу. У Харкові та Одесі в основному переважає одяг і взуття з Туреччини, а в Хмельницькому - з Польщі та інших європейських міст. Як підтверджують численні відгуки росіян, в Україні можна придбати чудові якісні речі, за ціною, меншою як мінімум удвічі, ніж в Росії. До того ж, літній шопінг в Одесі вигідно поєднують з відпочинком на морі. Всі ці фактори в перспективі створюють потужний потенціал для подальшого залучення іноземних шоп-туристів. Так що популярність в шоп турів в Україну очевидна. Але несприятлива політична ситуація на сході України сьогодні лише стримує розвиток такого виду туризму й тільки зі стабілізацією відносин з РФ можна повернути обсяги шоп-туристів

та розв'язати проблеми економічного характеру, адже загальновідомо, що розвиток рецептивного туризму сприяє зміцненню національної економіки. [14]

Висновки до 1 розділу

Шопінг – туризм розвивався ще в стародавньому світі, проте , сучасності набрав саме в минулому сторіччі.

Шопінг – тур - організовані поїздки в різні країни за заздалегідь наміченим маршрутом, метою яких є придбання товарів широкого вжитку, а також знайомство з значними туристичними об'єктами цих країн.

На сьогодні шопінг – тур користується великим попитом, адже кожен бажаючий може поїхати в таку подорож. Мотивація туристів купувати такі тури полягає в тому, що купуються доступні продукти / товари різних брендів, належної якості, нової колекції або оутлет, в залежності від сезону; також фактори, що спонукають до такої подорожі – відсутність такого бренду в країні, відсутність певної частини колекції або туристи не знайшли аутентичний за походженням в місці проживання або шукають більш економічно доступний за ціною. При цьому позитивним фактором є те, що розвивається економіка, туристичний сектор тієї країни, куди планується подорож.

В будь-якому випадку, шопінг – тури це туристичний стратегічний напрямок, який розвиває не лише сферу обслуговування, а й сферу торгівлю, а, отже, власне виробництво, відповідно до чого можуть створюватися додаткові робочі місця. Тому, щоб підвищити туристичний попит на товари, стати туристичною дестинацією для придбання транснаціональних брендів, торгівля в кожному регіоні повинна бути більш конкурентоспроможною. Це досягається різноманітними комерційними пропозиціями багатонаціональних брендів, а також пропозиціями якісних продуктів харчування, що характерні для дестинації, засобів розміщення, харчування, культури, охорони здоров'я, безпеки, рекреації і дозвілля, які дозволяють закріпити імідж туристичної

дестинації з великими туристичними прибутками та значними витратами туристів на купівлю різноманітних товарів. Стала динаміка купівлі та продажу позитивно впливає на компанії, що виробляють товари та послуги. Ринки пропонують свою продукцію за найнижчими цінами, враховуючи ефективність сучасних технологій виробництва

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ТА РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ АТРАКЦІЙ ГРЕЦІЇ

2.1. Греція: історичні та географічні особливості

Греція (грец. Ελλάδα — Еллада) — держава в Південній Європі, на Балканському півострові (рис.2.1). Країна омивається водами Егейського моря на сході, Іонічного на заході, Середземного на півдні. Греція межує з [Албанією](#), Македонією, [Болгарією](#) і [Туреччиною](#). Є унітарною парламентською республікою, державною релігією якої визнано православ'я. Населення говорить грецькою мовою.



Рис.2.1. Мапа Греції

Греція відома своєю чудовою природою, історією що захоплює і багатою культурою. Країна вважається колыскою цивілізації, батьківщиною демократії й філософії, математики й фізики, а також Олімпійських ігор. Давні археологічні пам'ятки, багатуща культурна спадщина, м'який клімат і піщані пляжі роблять Грецію одним з головних туристичних напрямків Європи.

Цікаво, що офіційною назвою держави є Еллада. Самі греки використовують слово “Греція”, яке має латинське коріння, тільки в спілкуванні з іноземцями [15]

Давню Грецію вважають колыскою європейської – цивілізації. Стародавня Греція займала південну частину Балканського півострова й узбережжя Малої Азії. Народ, що населяв цю країну, називав її Елладою, а себе еллінами. Ми називаємо жителів цієї країни греками за ім’ям, яке їм дали римляни. Материкова Греція поділяється на три частини: Північну, Середню та Південну. Потрапити з однієї частини в іншу можна було лише вузькими гірськими стежками.

У межах Північної Греції виділяють великі області: на заході - Епір, на сході - Фессалію. З Північної Греції в Середню єдиний шлях пролягав через Фермопільський прохід (Фермопіли) - вузьку ущелину між високими горами й уривистим берегом моря. У північній частині Фессалії здіймається найвища гора Греції - Олімп (висотою близько 3 км).

Середня Греція так само поділяється горами на багато окремих областей. Найвідомішими в стародавні часи були Беотія і Аттика. Гористим Коринфським перешийком Середня Греція сполучається з Південною.

Південну Грецію називають Пелопоннес. Це гористий півострів, у центральній частині якого лежить плоскогір’я. На окраїнах Пелопоннесу розташовані родючі долини - Мессенська та Лаконська. [16]

Сліди людини на території Греції датуються епохою палеоліту. У третьому тисячолітті до н. е. на острові Крит виникла Мінойська цивілізація, яка згодом поширилася на континент. У цей період виникають ранні держави, Писемність, розвиваються ремесла, мореплавання, торгівля. На зміну Мінойської цивілізації приходить Елладська і Мікенська. Мікенська культура була знищена вторгненням дорійських племен. Це також призвело до занепаду ранніх грецьких міст і втрати писемності.

Після вторгнення дорійців грецька культура стала розвиватися практично з нуля. Наступний період в історії Стародавньої Греції має назву Полісний. У 8-6 столітті до н. е. почали виникати легендарні міста-держави — поліси, а також грецькі колонії по всьому Середземномор'ю і навіть на Чорному морі. Розквіт Стародавньої Греції припав на 5-4 століття до н. е. Цей період в історії називається класичним. Він закінчився піднесенням Македонії та втратою незалежності полісів.

Після поразки об'єднаної армії полісів був створений Коринфський союз на чолі з Македонією. Починається новий період грецької історії — елліністичний. Початком його вважаються походи Олександра Македонського, а закінчення — завоювання елліністичних держав Римом. Цікаво, що після завоювання Греції Македонія прийняла її культуру. Сам Олександр був великим шанувальником грецької цивілізації, тому грецька культура поширювалася на всі завойовані країни.

Римляни володіли грецькими територіями з 1 століття до н. е. до 3 ст. н. е. Багато римських імператорів захоплювалися культурою Греції та багато з неї запозичили. В 1 столітті н. е. тут почало поширюватися християнство. В 324 році імператор Костянтин зробив столицею Римської імперії Константинополь. Пізніше виникла Візантія, а Греція стала її частиною. У 13 столітті Константинополь був узятий хрестоносцями. Грецька територія була поділена на зони впливу між західними європейськими державами. У 1453 році Візантія впала під натиском османів, а Греція була окупована Османською імперією.

Греція отримала свою незалежність в 1830 році після тривалої національно-визвольної війни. Під час Балканських воєн держава навіть збільшила свої території. Після Першої світової війни Греція вступила у війну з Туреччиною на чолі з Атантурком, яка закінчилася в 1923 році. У 1940 році Італія зажадала від держави надати плацдарм для військ. Греція відповіла “ні” і

була до 1944 року окупована німецькими військами. Відмову фашистам країна святкує 28 жовтня як день Охі.

Після Другої світової війни в Греції була відновлена монархія, яка була повалена під час військового перевороту в 1967 році. У 1980 році Греція приєдналася до НАТО, а через рік до Євросоюзу. [15]

Географічні особливості країни сприяли відособленню життя кожної общини. У Греції немає таких великих річок, як Ніл, Тигр, Євфрат, Інд, Ганг чи Янцзи. Кожне плем'я чи частина його утворювали самостійне поселення. Як наслідок, великих держав, як на Стародавньому Сході, класична Греція не знала, а об'єднання грецьких міст, за поодинокими винятками, були нетривкими. На початку I тис. до н. е. вся Греція була поділена між основними чотирма грецькими племенами: дорійцями, ахейцями, іонійцями та еолійцями. Із цих чотирьох великих племінних об'єднань склалася грецька народність. [16]

Тим не менш кліматичні умови для проживання суттєво не змінилися з тих часів.

Грецію умовно можна розділити на 3 кліматичні зони:

1. Зона помірною клімату (центральна Греція, північ і північний схід країни). Для неї характерний контраст між літніми та зимовими температурами.
2. Типова середземноморська кліматична зона (південна частина країни та острови). Влітку спекотно і сухо. Взимку тепло і волого.
3. Окремі альпійські кліматичні зони. Зустрічаються в горах материкової Греції, Пелопоннесі та навіть на деяких островах. Влітку тут набагато прохолодніше, ніж на узбережжі. А взимку у гори приходять справжні сніжні зими, а температура опускається нижче нуля.

Чим північніше регіон Греції, тим холодніше буде там взимку. Влітку ж на всій території Еллади спекотно. Відмінності температурних показників у літні місяці в різних областях країни незначні. Звичайно, на Криті, у самому південному регіоні, середні температури в червні – серпні будуть трохи вищі,

ніж на півострові Халкідікі, що в Північно-Східній Греції. У квітні – травні та вересні – жовтні географічне положення регіону може суттєво вплинути на вибір мандрівника, тому що на півдні країни сезон починається трохи раніше й закінчується пізніше, ніж в інших регіонах. Відмінною рисою практично всіх грецьких островів є сезонні вітри. Тут потрібно розглядати кожен острів окремо.

В Греції немає яскраво вираженої весни і осені. Тому доцільно виділити два сезони:

1. Холодний і дощовий (із середини жовтня по березень);
2. Теплий і сухий (із квітня по першу половину жовтня).

У січні, лютому температура тримається в районі +5, +10 °С на узбережжі та 0, +5 °С у центральній частині країни. У горах можуть спостерігатися стабільні мінусові температури. У березні стає значно тепліше. А із приходом квітня і травня в Греції все починає цвісти й пахнути. Море поступове прогрівається. З'являються перші туристи. Самі жаркі дні у всіх регіонах країни випадають на липень і серпень. Звичайно, Греція не Сахара. Однак температурні рекорди в літні місяці вражають. Денні максимуми перевищують 40 °С, а по ступеню прогріву морської води грецькі курорти можуть сміливо суперничати з азіатськими в розпал сезону.

Теплі та сонячні дні є своєрідною візитівкою Греції. Таких днів у році близько трьохсот. Улітку опадів практично не буває. А от у зимові місяці дощі можуть лити кілька днів поспіль. У горах випадають рясні снігопади. Сніжний покрив на деяких вершинах тримається практично до самого літа. Іноді сніг випадає і в прибережних районах країни. Такий «подарунок» природи греки сприймають як справжній апокаліпсис. Будинки, автомобілі, дорожні служби, та й гардероб еллінів просто не готові до таких потрясінь.

Розпал купального сезону в Греції припадає на липень – серпень. У ці місяці на місцевих пляжах не проштотхнутися. Ціни на відпочинок і

розміщення досягають свого піку. Проте у відпочиваючих є можливість насолоджуватися по-справжньому теплим морем.

У травні – червні, вересні – жовтні туристів на пляжах Еллади менше. Завжди можна знайти тур за привабливою ціною. Правда, будьте готові до того, що море може бути досить прохолодним, особливо на початку травня і в кінці вересня.

З листопада по березень у Греції мало туристів. Багато визначних пам'яток і розваг взагалі не працюють у зимові місяці. Вітчизняні туристичні компанії рідко пропонують пакетні тури в цю країну в холодну пору року. А даремно. Узимку в Греції туристові є чим зайнятися. По-перше, ви можете спокійно оглянути туристичні пам'ятки без зайвої метушні та шуму. По-друге, в країні є чимало гірськолижних курортів. Мало хто замислюється про те, що засніжені вершини гірської Греції підходять і для зимового відпочинку. Третім визначним місцем країни в холодну пору року є термальні джерела й спа.

Важливим є також уточнення для подорожі взимку - чи підготовлений обраний вами готель для прийому туристів в холодну пору року. Зими в Греції короткі. Тому квартири й готелі до холодів пристосовані погано. У номері може бути достатньо прохолодно.

Влітку в Греції, особливо в розпал сезону, дуже спекотно. Брати потрібно із собою одяг з натуральних тканин, головні убори та сонцезахисні окуляри. У травні – червні, а також у вересні, увечері вам може знадобитися легка кофта або навіть светр. У квітні й жовтні буде актуальний легкий плащик або курточка.

Якщо планується поїздка в Грецію з кінця жовтня по березень, беріть із собою теплий осінній одяг та парасольку. Погода в цю пору року тут украй непередбачувана. Тож будьте готові до перепадів температур. Теплі й політньому сонячні дні можуть змінюватись справжньою зимою зі снігом навіть в Афінах. А вже якщо ви зібралися в гори, сміливо надягайте зимову куртку і

відповідне взуття. Втім, Греція славиться своїми хутряними виробами, тож при наявності певної суми, заповзятливі грецькі торговці хутром не дадуть вам змерзнути.

Через велику протяжність берегової лінії, клімат у Греції взимку вологий. Відповідно низькі температури переносяться набагато гірше, ніж в Україні. Вивчаючи прогноз погоди перед поїздкою, врахуйте цей фактор при виборі гардеробу. [17]

2.2. Туристичний потенціал Греції

Туристичний потенціал Греції розкривається саме через історичність міст та історичні локації, білі піскові пляжі та гостинність країни.

Афіни не просто столичне місто. Саме тут народилася класична Греція, а значить і західна цивілізація взагалі. Перше доісторичне поселення виникло тут в районі 3000 р. до н.е. За багато століть з Афінами відбувалося всяке, в тому числі і періоди занепаду. Важко уявити, але в 1830-х рр., коли місто стало відроджуватися після оттоманського гніту як столиця незалежної Греції, Афіни були всього лише невеликим провінційним селом.

Афіни включають в себе Старе місто, центральні райони, передмістя, а також порт Пірей. У центрі підносяться два пагорба: пагорб Акрополя з Парфеноном і стародавніми храмами і пагорб Лікабет (Лікавітос) з мальовничою церквою Св. Георгія на вершині.

В Афінах можна провести місяць, оглядаючи в подробицях всі старовинні пам'ятки і руїни, чарівні неокласичні будівлі в історичному центрі і музеї. Але якщо ви й справді вирішили цим зайнятися, врахуйте, що навіть в самому центрі міста є місця, куди без діла заходити не варто. Серйозно: квартал Омонія, наповнений емігрантами, краще обходити стороною навіть при яскравому світлі дня.

Найпопулярніший серед гостей міста район - Акрополь. Це історичний центр, і саме тут розташовані пам'ятники давньогрецької архітектури - безпосередньо сам Акрополь, на території якого знаходяться стародавні театр Деонис і Одеон Ірода Аттика, де донині проходять концерти, спектаклі та інші культурні заходи.

Інший відомий район Афін - Плака. Тут знаходяться декілька цікавих музеїв, серед яких найбільш примітні Дитячий і Музей народних музичних інструментів, а також каплиця з поетичною назвою Вежа вітрів і собор митрополит. Крім того, в Плаці зупиняються більшість туристів. Мандрівників приваблює близькість основних визначних пам'яток і велика кількість сувенірних крамничок і магазинів.

Тим, хто хоче поглянути на місто з висоти 200 м варто відправитися в район Колонакі. Піднятися на гору Лікабеттус можна пішки або на фунікулері. У цьому кварталі безліч цілодобових розважальних закладів, так що, при бажанні познайомитися з нічним життям грецької столиці, варто шукати житло саме тут. Правда обійдеться воно недешево, адже Колонакі - найдорожчий район Афін. [18]

На півдні міста Салоніки розташований півострів Халкідікі. Домівка на півострові Халкідікі, де проживають одні з найкращих пісків на півночі Греції, має ідеальне поєднання сучасної розкоші та архаїчної традиції.

Півострів Халкідіки розділений на три пальці, які розпливаються в Егейське море. Тут знаходяться золоті піщані пляжі мису Сітонії, курорти і ресторани Кассандри і, нарешті, таємничий Афон. Афон є батьківщиною деяких з найстабільніших чернечих спільнот в Греції і традиційно вкрай.

У поєднанні всі три половини півострова зібралися разом, щоб створити ідеальний відступ. Халкідікі поки що залишаються відносно вільними від натовпу. [19]

Туристи часто залишають без уваги північну частину Халкідиків, ту, що не має виходу до моря. А дарма: тут теж є чимало чого подивитися. Наприклад, традиційні гірські села Арне, Таксіаріс, Агіос-Продромос; печеру Петралона з дивовижними сталактитами і сталагмітами, а також найстарішими слідами людської присутності, знайденими в Греції; Археологічний музей в Полігірос, древню Стагире, де народився Арістотель, або ліс на горі Холомонтас.

Пляжі, як і у всій решті Греції, муніципальні - пісок з дрібною галькою. Скрізь є широкий вибір різних видів водного спорту та активного відпочинку. Крім того, на півострові залишилося ще чимало диких незайманих пляжів у відокремлених красивих бухтах. [18]

Друге за величиною місто Греції і столиця Центральної Македонії Салоніки (по-грецьки правильніше «Фессалоніки») сьогодні - це культурна столиця країни: місто відоме своїми фестивалями і заходами. Але крім того, це ще й місто з більш ніж трьохтисячолітньою історією, де збереглися відбитки Римської, Візантійської, Оттоманської імперій, а також колись домінувала тут іудейське населення. Старий центр міста («Ано-Полі», або «верхнє місто»), розташований на північ від сучасного центру, дивом не постраждав при великій пожежі 1917 р, сьогодні він цілком (а також безліч міських церков) внесений до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО (рис.2.2).



Рис.2.2. Об'єкти Греції, які увійшли до ЮНЕСКО

Історія Салоніки починається в IV ст. до н. е., коли цар Кассандр вирішив заснувати місто на честь своєї дружини, зведеної сестри Олександра Македонського. Але життя і культура зародилися на цьому місці значно раніше, про що свідчать численні археологічні розкопки, під час яких були знайдені сліди неандертальців, які вважаються найдавнішими на всьому Європейському континенті. [18]

Метеори (по-грецьки «метеорос» означає «ширяє в повітрі») - це масивні скелі, на вершинах яких розташована одна з головних святинь Греції, монастирі Метеори. Непроступні, відрізані від світу вершини скель стали притулком відлюдників ще з XI століття. У XIV столітті тут виникли перші монастирські громади, шість з яких діють і донині. Раніше туристи могли піднятися сюди лише за допомогою ченців і складної системи мотузок, корзин, возів і гужової сили. Сьогодні ж від Каламбаки до монастирів прокладена хороша асфальтована дорога, яка веде до унікальних фресок, бібліотекам, що зберігають рідкісні середньовічні рукописи, ікон і безцінних святинь.

На величезних кам'яних стовпах розміщені старовинні православні монастирі. Висота кожного стовпа 300-600 метрів і це практично прямовисні скелі. Піднятися ними ризикнуть далеко не всі сучасні альпіністи, але це не завадило пустельникам побудувати на верхівках монастирі.

На сьогоднішній день діючими є лише 6 монастирів: 4 чоловічі і 2 жіночі. Раніше вони були практично недоступні для простих відвідувачів. Тих рідкісних гостей, які тут бували, піднімали з допомогою спеціальної корзини або драбини.

У наш час монастирі відкриті для паломників та туристів з квітня по вересень і з листопада по березень. В скелях були видовбані спеціальні безпечні сходи. Приїхавши на вихідні дні, можна відвідати всі монастирі, провівши в кожному з них близько години. [20]

У декількох десятках кілометрів від Салонік, на узбережжі Егейського моря розташувалось мальовниче містечко Катерини, назване на честь Святої Катерини. Саме з зведення храму в її честь у 17 столітті і почалася історія міста. А в шести кілометрах від нього знаходиться чи не найпопулярніший і демократичний грецький курорт Паралія-Катеріні, в перекладі - «Пляжі Катерини».

Цей досить молодий курорт вже встиг стати улюбленим місцем відпочинку для туристів з різних країн, різного віку і різного рівня достатку, тут кожен знайде саме те, що він хоче. Паралія-Катеріні виправдовує навіть найсміливіші очікування і ні в чому не поступається іншим курортам Греції - хіба що в ціні.

Акваторія Егейського моря в районі Паралія-Катеріні була відзначена спеціальним блакитним прапором ЮНЕСКО, як одна з найчистіших у світі, а широка берегова лінія затоки Термаикос щедро покрита золотим розсипом дрібного піску. Пляжний відпочинок на цьому курорті нікого не залишить байдужим, а крім плавання тут можна займатися і різними водними видами спорту, занурюватися з аквалангом, щоб побачити все багатство підводного світу, отримати дозу адреналіну і позитивних емоцій в аквапарку або просто погрітися під ласкавим грецьким сонцем.

Пелопоннес - найпівденніша область материкової Греції. Вона менш популярна, ніж, скажімо, Халкідіки, але свій стійкий потік туристів має. Основні мінуси - відсутність великих курортів в їх традиційному розумінні (зазвичай це розрізнені готельні комплекси, які, по своїй інфраструктурі і кількості послуг цілком схожі на невелике курортне селище) і найдорожчий трансфер внаслідок віддаленості від аеропорту. Готелів тут небагато менше, ніж на інших курортах країни. Зате саме на Пелопоннесі знаходяться готелі, що належать відомим грецьким «ланцюжкам», в тому числі - великі комплекси Aldemar і Grecotel на західному узбережжі.

Найпривабливіша сторона Пелопоннесу - його велика історична спадщина, велика кількість пам'яток. Екскурсійна програма тут може бути дуже цікавою. Крім того, з півострова досить зручно здійснювати одноденні екскурсії в інші райони Греції.

Півострів розділено на сім префектур: Арголида (адміністративний центр - Нафпліон), Аркадія, Ахея, Ілля, Корінфія, Лаконія і Мессинія. Всі сім областей мають вихід до моря і свої пляжі, докладніше про які нижче.

Нараховують понад три тисячі грецьких островів, з яких заселені не більше трьох сотень, і лише 78 мають населення понад ста жителів. Кожен острів має багату історію - античну і православну, добре збережені пам'ятки, монастирі і прекрасна природа. Не дивно, що грецькі острови так улюблені туристами з усього світу.

Іонічні острови - архіпелаг, розташований далеко від інших островів, на заході Греції в Іонічному морі. Самий туристичний острів тут - Корфу (Керкіра).

Північні Егейські острови розташовані в північній частині Егейського моря і мають дуже багату історію. Однак туризм тут розвинений не дуже.

Північні Споради нечисленні і малопривабливі в туристичному плані. Тут буде цікава тільки Евія.

Південні Споради розташовані уздовж узбережжя Туреччини, на півночі межують з Північно-Егейським островами, а на півдні - з архіпелагом Додеканес. Примітний острів Лесбос.

Острови Саронічної затоки найбільш близькі до Афін і східній частині півострова Пелопоннес, мають розвинену індустрію розваг.

Кіклади - центральний і найчисленніший архіпелаг Егейського моря. Тут знаходяться найрозвиненіші в туристичному сенсі острова, в тому числі — Санторіні.

Додеканес також простягнувся вздовж західного узбережжя Туреччини. Тут примітні острова Кос і Родос.

Крит - найбільший острів Греції, розташований на півдні Егейського моря, який в представлення не потребує.

Корфу - чудовий. Настільки, що за право відвоювати собі цей острів (хоча б на час) мало не в чергу ставали багато народів, полководці і тирані з глибокої давнини і аж до ХХ століття. Треба визнати, що багато завойовників привнесли в культуру і побут острова цілу купу цікавих сучасним мандрівникам тонкощів і нюансів - від суміші мов і кулінарних експериментів до монументальної і витонченої архітектури. А місцеві жителі, провідні свій рід від особливо наближеного до давньогрецьких богів народу феаків, розмірено ввібрали найкорисніше від всіх приїжджих, але залишилися вірні традиціям предків. Вони такі ж спокійні і задоволені життям, живуть без особливих розбратів і сварок, люблять свята, смачно поїсти і випити запашного домашнього вина, шанують старших і раді гостям. Сюди навідувалися Ясон і Одисей, з задоволенням заїжджали на канікули перші туристи з Стародавнього Риму аристократія Європи.

Корфу усіяний селами і містечками, які не стали чинити опір напливу туристів і перейменовували в курорти. Всього їх на острові більше 20 штук, всі вони мають гідну інфраструктуру, практично про все добре відгукуються мандрівники з дітьми. Основні відмінності в віддаленні від столиці, також помітна різниця в пляжах, температурі води і видах.

Першими за годинниковою стрілкою від Керкіри гостей зустрічають Перама, Канони і Беніцес. Тут досить тихо і спокійно, море дрібне і тепле, а близькість столиці дозволяє з легкістю подорожувати по острову на автобусах. Південніше - розділені річкою Мессонгі і Мораїтіка. Ці курорти славляться піщаними пляжами і демократичними цінами. Місто Лефкімі - найкраще місце на Корфу для спраглих провінційної і тихої Греції без туристів. Тут же

невеликий порт з катерами до Ігуменіцу. Самий південь острова зайняв Кавос, улюблений європейською алко-молоддю: вдень курорт спить, вночі гуде.

На півдні західної частини великих курортів немає, але зупинитися можна в будь-якому невеликому селі, наприклад, в Гарденосі, в нагороду - прогулянки по оливковим гаям і порожні пляжі. Пожвавлення починається ближче до Агіос Георгіос - красивий і широченний піщаний пляж, таверни і готелі, можливість зайнятися віндсерфінгом або поплавати з маскою у найближчих рифів. Ближче до центру острова курорти йдуть кучніше, вибір житла багатшим, розваг більше. Особливо популярні своїми пляжами Ермонес, Гліфада і Агіос Гордіс.

Знаменита Палеокастриця вміщує в себе відразу кілька пляжів, цей курорт ідеальний для дайверів, а також сімей з маленькими дітьми - бухти захищають берег від хвиль. Північні курорти острова багатолюдні, насичені інфраструктурою і розвагами. Сидарі притягує Каналом любові і веселими вечірками, Рода, Ахараві і Кассіопеї - всіма атрибутами розвинених курортних містечок, що практично перетікають одна в одну.

Курорти північно-східної частини Корфу також зливаються в один суцільний ряд млості на березі тепер уже знову Іонічного моря. Іпсос і Гувія з пляжними барами хороші для любителів повеселитися, спокійні Дассія, Ніссакі, Барбато і Контокалі досить близькі до Керкіри, підходять любителям спокійного відпочинку і сім'ям.

Острів Кос, третій за величиною серед островів Додеканеса після Родосу і Карпатос, розташований в Егейському морі. За пишну зелень і розкішні парки його називають «Садом Егейського моря». Тому туристів сюди, перш за все, привертають унікальна природа і екологія. Втім, острів славиться не лише своєю рослинністю - на детальний огляд всіх місцевих визначних пам'яток піде не один день. А чимала кількість туристичних центрів з безліччю розваг і

бурхливим нічним життям і зовсім відніме у них останню надію на нудний відпочинок.

Невеликий острів (площею близько 290 км) розтягнутий із заходу на схід - в довжину трохи більше 45 км, а в ширину не більше 11 км в центральній частині. Вся туристична інфраструктура зосереджена на північному і південному побережжі. У центральній частині розташований аеропорт (недалеко від селища Антімаха) і села, багато з яких люблять туристи: Зіа, Пили, Асфендіу, Кефаловрісо.

Кос - порт і адміністративний центр (столиця). Хоча тут збереглися найзнаменитіші пам'ятники острова, місто піднімали з руїн після землетрусу 1933 р Житлових будинків вище двох поверхів майже немає, але ж тут проживає більше половини населення острова. Магазини, сувенірні лавки, ринки, ресторани і навіть дискотеки - це все Кос. Впритул до міста примикає курорт Ламбі, осередок туристичної та тусовочной життя столиці.

Псаліді - курортна зона, що простягнулася на схід від Коса. По суті, це низка готелів, затиснута між довгими гальковими пляжами і автомобільною дорогою. Готелі приваблюють сюди любителів комфорту, а сильний вітер - віндсерферів.

Тігакі - багатокілометрова (більше 10 км) пляжна зона на захід від Коса. Готелі йдуть не так густо, тому вважається малолюдним районом. Зона мілководних піщаних пляжів.

Глибше на захід йдуть курорти, утворені навколо однойменних сіл, що мають розвинену готельну мережу - Мармарі і Мастіхарі. Перший - рибальське село, другий - невеликий порт.

Кефалос - виник на місці стародавньої столиці острова. У селищі безліч греко-римських і середньовічних пам'яток. На схід від нього починається низка незайманих цивілізацією пляжів.

Кардамена - ще одне мальовниче містечко-порт, другий за величиною після Коса туристичний центр (особливо це стосується нічного життя). Крім середньовічного замку, тут можна подивитися руїни античних храмів і Косській амфітеатр.

Агіос Фокас - активно розвивається курорт в південно-східній частині. Цікавий не тільки новими готелями, а й близькістю до пляжу Therme з його гарячим джерелом.

Крит - найбільший грецький острів, батьківщина Зевса і туристичний центр Середземномор'я. Саме тут зародилася одна з найдавніших цивілізацій - мінойська. Поки археологи займаються розкопками палаців, збудованих ще за царя Міноса, туристи оглядають руїни Кносського лабіринту, де за переказами жило давньогрецьке чудовисько Мінотавр. У цих місцях жили турки, венеціанці, араби: мечеті, фортеці та монастирі різних епох мирно сусідять один з одним.

Найпівденніший острів архіпелагу оточений трьома морями: Егейським, Лівійським і Іонічним.

На Криті однаково затишно почуватимуться і любителі екскурсійного відпочинку, і ті, хто приїхав на сонячний острів зарядитися енергією і просто повалятися на піску. Тут чарівне синьо-зелене море, яскраве сонце і відмінні пляжі. Є пальми, гори і ущелини. Жителі Криту завжди доброзичливі і гостинні. Із задоволенням нагодують вас досхочу, навчать танцювати сіртакі і жити правильно - розмірено і неквапливо.

Іракліон - центральна і найрізноманітніша область Криту. Незважаючи на те, що вона сильно постраждала в період Другої Світової, до наших днів дійшло безліч пам'яток: храмів, фортець і фонтанів. У Іракліоні знаходяться 3 мінойських палаці, в тому числі знаменитий Кносс з лабіринтом Мінотавра. Знахідки мінойської епохи зберігає великий Археологічний музей.

Ретімно називають «душею острова». Область зберегла свій старий вигляд: бруковані вулиці, стародавні церкви і мечеті, черепичні дахи. У цій частині Криту туристів найбільше. Крім гарних видів, їх приваблюють гірські ущелини і печери, долини і красиві пляжі.

Лассіті - східна область Криту. З північного боку її омиває Критське море, з південної - Лівійське. На заході ця частина перетинається з Іракліоном. Лассіті - найбільш сонячний і, мабуть, найдорожчий район острова. Тут розташувалися кращі курорти з чудовими пляжами і фешенебельними готелями. Столиця Лассіті - Агіос Ніколаос. Основна його пам'ятка - солоне озеро Вулісмені. Цікаво, що раніше водойма була прісною, в кінці 19 століття турки прорили канал, що з'єднує Вулісмені з морем.

Ханья - західна, сама зелена, частина Криту. Тут є все для насиченого відпочинку: неймовірні пейзажі, стародавні вулички - свідка епохи Венеціанського правління, архітектурні та природні пам'ятки, різноманітне культурне життя. У цій області розкинулися Білі гори, 12 ущелин і наймасштабніший європейський каньйон - самарійський. На південь від Білих гір розташувався невеличкий район Сфакії, відомий своїми дикими порожніми пляжами. На південному заході Ханьї простягається рівнина Кантанос, забудована старовинними храмами, а на узбережжі знаходиться Палеохора - курорт з стародавньою фортецею. Північний Захід Ханьї - це в першу чергу рожеві піски Елафонісі і археологічні містечка Поліррinia і Діктіна.

Відомий грецький курорт Балі колись був простий рибальським селом. Зараз тут повно кафе, таверн і готелів самого різного рівня. У Балі прекрасні пляжі в мальовничих бухтах, вражаючі пейзажі і завжди спокійне море з чистою водою. Сезон тут триває аж до жовтня.

Родос - один з великих і найбільш родючих островів Греції. Він же - один з найбільш відвідуваних в силу того, що тут (як, наприклад, на Криті) кожен турист знайде щось на свій смак. Клімат Родосу особливо хороший, в

сезон погода зазвичай м'яка і безхмарна: сонце світить тут 300 з гаком днів в році.

Офіційно Родос відноситься до архіпелагу Додеканес, але через його розміри і самостійної важливості його завжди розглядають окремо. З приводу назви острова історики сперечаються до цих пір: чи то воно пішло від слова «троянда» (на Родосі багато кам'яних троянд), чи то від слова «червоний». Північний берег відомий своїми жвавими туристичними курортами; на південному - спокійніше, і життя повільніше.

Велика частина пляжів Родосу не піщана, а галькова, вони чисті, красиві і відмінно підходять для купання - в тому числі і з дітьми. Єдиний мінус - у тому, що в сезон туристів на острові дуже і дуже немало. Але і в цьому можна знайти позитивні сторони: обслуговуючий персонал майже всюди говорить як мінімум по-англійськи і по-німецьки, а то і на шведській, фінській і російській.

Незважаючи на свої відносно невеликі розміри (всього-то 30-40 км в ширину), на Родосі є найрізноманітніші пляжі і курорти, де буде однаково добре відпочивати і страшенним екстремалам, і статечним пенсіонерам.

На самій півночі острова знаходиться старовинна столиця - блискуче місто Родос, батьківщина Колоса Родоського, палацу Великих Магістрів і цілого розсипу унікальних пам'яток.

Найближчий до нього пляж Афанду - не просто відмінне місце для відпочинку, але і якісний гольф-спот. Просуваючись на південь по східному березі, варто звернути увагу на Фаліракі - мабуть, найактивніший місцевий курорт. Нічне життя тут б'є ключем, втім, сімейних туристів теж вистачає, а все завдяки відмінному аквапарку (щоб не втомитися від натовпів гуляючого молодняку з Німеччини і Англії, краще шукати готель на північ від центру - там спокійніше). Неподалік знаходиться пляж Колімбія - непогане місце для снорклінга.

Наступний за ними Ліндос - ідеальне співвідношення якісного пляжного відпочинку і захоплюючою «екскурсії»: місцеві визначні пам'ятки можуть позмагатися за своєю значущістю зі столичними багатствами.

Південніше Ліндоса (від Лардос-Бей до Пліммірі) починаються кращі пляжі Родосу - не такі розвинені в плані інфраструктури, як Фаліракі або Яліссос, але зате дуже мальовничі і чисті. Триває ця смуга пляжного раю майже 30 км, закінчуючись на найпівденнішому курорті, який омивають відразу два моря - Прасонісі.

Всі місця уздовж західного узбережжя острова - дивні, маловивчені, трохи дикі і тому настільки привабливі для туристів, які втомилися від переповнених пляжів і всюдисущих дискотек.

Санторіні - мальовничий архіпелаг в Егейському морі, кільце з 5 островів: Тірас, Неа-Камені, Палеа-Камені, Аспрониси і, власне, Санторіні, або, як його ще називають, Тіри. Офіційно острова - частина грецьких Киклад, але це трохи інша Греція: випечена, казково красива, аристократична, хоча одночасно і по-домашньому затишна. Тут все в найвищому ступені: пейзажі чудові, архітектура неймовірна, сервіс бездоганний.

Санторіні більше 3500 років, і сліди древніх цивілізацій раз у раз нагадують про багате минуле архіпелагу. Але тут найменше хочеться думати про час: відпочинок в оточенні вулканічних ландшафтів, дивовижно синього моря, доглянутих пляжів з різнокольоровим піском і откриточних будиночків з білосніжними фасадами воістину безтурботний. Сюди їдуть, щоб помилуватися заходом сонця, насолодитися миттю, повернути внутрішню гармонію, втрачену в вічному поспіху і суєті. І навряд чи хто-небудь стане заперечувати припущення вчених: можливо, саме Санторіні колись був частиною втраченої Атлантиди. [18]

2.3. Особливості подорожування та туристичні формальності для українців

Материкова Греція має загальні наземні кордону з Македонією, Албанією, Туреччиною і Болгарією.

Наші співвітчизники воліють відправлятися на відпочинок у Грецію найпростішим способом – купивши тур, що включає в себе чартерний авіапереліт, проживання та харчування в готелі. Однак потрапити в цю прекрасну країну можна самостійно, придбавши квиток на регулярний авіарейс, на машині, поїзді, автобусі. Виняток становлять острови, для відвідування яких є водні види транспорту.

Літак не дарма вважається найбільш популярним транспортним засобом для поїздки в Грецію. Головною його перевагою перед іншими видами пересування є:

- Зручність – регулярні розпродажі авіаквитків дозволяють значно заощадити, особливо якщо купувати їх заздалегідь.
- Швидкість – витративши всього кілька годин на дорогу, можна опинитися в цій казковій країні.
- Поширеність – завдяки популярності перельотів, зараз вони здійснюються практично з будь-якого великого міста України з аеропортом, при цьому не має значення, чи ви їдете на материк або на острови Греції.

Чартерні рейси значно виграють перед регулярними, оскільки дозволяють без пересадок досягти мети поїздки. Якщо ще 10-15 років тому дістатися до країни самостійно було набагато важче, то зараз літаки літають не тільки з Києва і Львова, але і з Одеси, Дніпра, Херсону, Харкова, Черкас. У поєднанні з регулярними авіарейсами можна круглий рік без проблем відвідувати гостинну Грецію. Купити квиток можна у відомих українських та іноземних авіакомпаній.

Ціни на квитки з Києва в Афіни і назад починаються з 120 євро. Але нерідко бувають і дешевші варіанти. Всього на території країни знаходиться 55 аеропортів, найбільшим з яких є Афінівський Елефтеріос Венізелос. Крім нього найзручнішими і популярними вважаються:

- на Криті в Іракліоні – Нікос Казантзакис,
- в Ханьї – Даскалогіаніс,
- на Родосі – Діагорос,
- на Керкірі – Іоаніс Каподістріас.

Якщо турист страждає на аерофобію, дістатися до Греції можна поїздом. З 2008 року існує причепний вагон "Київ - Салоніки"

Цей варіант не підійде для людей, які мають обмежену кількість часу, адже на таку подорож піде не менше 50 годин.

Автобусні тури стають все більш популярними. Це відбувається завдяки тому, що транспорт стає все комфортніше і дозволяє практично без зупинок здійснювати тривалі поїздки. Туристичні агенції активно розвивають цей напрям.

З Києва до Афін є регулярний автобус, який вирушає за маршрутом 9-го, 19-го і 29-го числа кожного місяця. Цікаво, правда? Проте, зважайте, що в дорозі ви пробудете не менше 2 діб.

Треба бути справжнім романтиком і любителем пригод, щоб зважитися на самостійну подорож на автомобілі в Грецію. Адже шлях туди лежить через кордони кількох європейських держав, тому необхідно оформити всі документи для їх проходження.

Найголовнішою перевагою цього виду транспорту є незалежність і можливість зупинитися в будь-якому місці, щоб вивчити ще невідомі куточки країни.

Подорож займе не менше 2-3 днів, та й то за умови, що в машині буде два водія, які зможуть змінюватися один з одним. При наявності сучасних

навігаційних систем побудувати правильний маршрут набагато простіше, ніж раніше. Необхідно врахувати всі нюанси в дорозі:

- Заздалегідь намітити пункти зупинок для перекусу і ночівлі.
- Дізнатися про стан дорожніх магістралей і вартості бензину в країнах, через які поїдете.
- Уточнити особливості проходження кордону.

При наявності Шенгенської візи у вас не виникне проблем на митниці, однак слід пам'ятати, що в кожній країні є предмети, які не можна туди ввозити.

Найбільш вдалим вважається в'їзд до Греції з боку Болгарії, оскільки у цих країн дуже хороші дружні відносини. Є всього два варіанти маршрутів, які користуються популярністю у самостійних автотуристів:

1. Молдова, Румунія, Болгарія.
2. Білорусь, Польща, Словаччина, Угорщина, Сербія, Македонія.

Найцікавішим варіантом буде зворотньою дорогою проїхати іншим шляхом, тоді кількість побачених країн буде більше. Не варто забувати, що кількість днів, проведених у країнах Шенгену, підсумовується.

Для країни, значна частина якої розташована на островах, а інша має вихід до моря, пором є зовсім не рідкістю. Відправитися на поромі в столицю Греції Афіни можна з України, Туреччини, Італії, Кіпру. Крім того, існує можливість відвідати практично будь-який з грецьких островів, виняток становлять тільки зовсім невеликі. Розклад поромів в Грецію складено таким чином, щоб туристи могли регулярно переправлятися морем.

Дізнатися, як ходять пороми на острови або міста, можна на деяких грецьких сайтах. Є варіант забронювати заздалегідь, проте обов'язково потрібно уточнювати точний час їх відправлення. Через запізнення розклад поромів може зрушуватися на кілька хвилин, а іноді і годин.

Особливість цього виду водного транспорту в тому, що на них можна перевозити автомобілі та інші великогабаритні вантажі. Для цих цілей на поромах є пасажирська і вантажна палуба.

Крім поромів, які відрізняються своєю тихохідністю, існують швидкі великі кораблі, обладнані комфортабельними каютами. Найцікавішим варіантом буде подорож на кораблі по таким островах Греції як Крит, Родос, Санторіні, Кос, Корфу з заходом у найбільші міста-порти.

Вартість квитка на пором буде залежати від кінцевої точки маршруту та виду розміщення (каюта або сидяче місце). Наприклад, ціна з Афін (Пірей) у Іракліон на Криті від 30 до 50 євро. Час в дорозі 9-10 годин. З Пірея до Родосу пором йде 17-20 годин, по дорозі заходячи на острови Калімнос і Кос, а потім на Парос, Наксос, Нисирос та Кастелорізо. Для порівняння з Салоніків на Родос пором йде всього 1 годину. Тим, хто нікуди не поспішає і любить милуватися морськими пейзажами і видами островів, довгий час у дорозі не буде перешкодою.

Як і всі країни, що входять до складу Шенгену, Греція вимагає для в'їзду на її територію оформлення однойменної візи. Для українців, після отримання безвізу, достатньо лише біометричного паспорту.

Українським громадянам можна оформити наступні:

1. Транзитна віза – для проходження в інші країни через територію Греції (якщо не маєте біометричного паспорту або обіцяний безвіз не прийде).
2. Гостьова – надається за запрошенням громадян держави.
3. Студентська необхідна для навчання в країні.
4. Робоча – без неї неможливе оформлення на роботу в Греції.
5. Туристична віза – найпоширеніша, дозволяє нашим співвітчизникам заїжджати на територію Греції на термін до 90 днів протягом півроку.

Отримувати візу для поїздки в Грецію слід заздалегідь, щоб потім, в разі відмови, мати можливість подати документи повторно. Зараз дозвіл на в'їзд в цю країну видають більш охоче, оскільки потік туристів зменшився через кризу.

На митниці службовці зазвичай дуже швидко пропускають туристів, винятком можуть стати тільки люди, які підозріло ведуть себе. Багаж перевіряють вкрай рідко, але потрібно знати, що можна ввозити в країну без мита, а що не можна.

Можна:

- Продукти харчування, напої та їжу до 10 кг;
- 10 пачок сигарет;
- Спиртні напої міцніше 22% - 1 літр, вино – 4 літра, пиво – до 16 літрів.

Не можна:

- Наркотичні речовини;
- Заборонені до ввезення ліків;
- Зброю;
- Антикваріат;
- Молочні і м'ясні продукти.

При перетині кордону у зворотний бік дозволяється вивозити не більше 1-2 літрів вина й олії. Заборонено вивозити з Греції будь-які предмети, що представляють історичну цінність. [21]

Висновки до 2 розділу

Греція – це сучасна рекреаційна територія світового рівня. Країна має багато пам'яток архітектури, які входять до ЮНЕСКО, сама ж країна входить до НАТО та Європейського союзу.

Все це сприяє розвитку туризму в країні. Країна розвивається завдяки рекреаційному пізнавальному, діловому, шопінг-туризму та іншим видам туризму. Система забезпечення туристичних послуг у країні має низку переваг та проблем комплексного характеру, які потребують свого розв'язання задля вдосконалення міжнародного туристичного обслуговування. Через це країна направлена на розвиток виробництва, сільського господарства, підтримку та розвиток сфери обслуговування тощо, розуміючи, що вплив іноземного туризму на економіку Греції досить значний, а тому він суттєво стимулює розвиток, насамперед, самих культурно-економічних центрів і територій, де розміщені видатні культурні пам'ятки держави, а також забезпечує умови виходу економіки країни із затяжної фінансової кризи, що потребує подальшої наукової уваги.

Найбільш популярними місцями відпочинку є о.Санторіні, о.Крит, о.Родос, Афіни, Халкідікі, Олімпія та Касторія.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТА ПРОСУВАННЯ ШОПІНГ-ТУРУ ПО ГРЕЦІЇ «ВСІ ЇДЕМО ЗА ХУТРОМ»

3.1. Розробка та просування шопінг-туру по Греції

Шопінг тур по Греції направлений в Касторію. Це особливе місце через своє географічне розташування. Місто Касторія зайняла горбистий і лісистий півострів, що глибоко вдається в шиферного кольору озеро, належить до ряду найцікавіших і найпривабливіших міст материкової Греції.

Касторія ще й багата, і залишається такою вже багато століть, будучи центром торгівлі хутром на південному сході Європи. І, хоча місцеві бобри (кастори по-грецьки) винищені ще в ХІХ столітті, Касторія і до цього дня підтримує серйозний хутряний промисел, що викидає на ринок чимало шуб, рукавичок та інших виробів з хутра.

Сировиною служать шкури і хутро, що завозяться з Канади і Скандинавії, і, в дедалі більшій кількості, шкури бобрів, але вже розведених у неволі, на місцевих звірофермах.

Тут можна придбати найдорожчі шуби – вироби з хутра куниці та соболя. Про них найчастіше говорять у парі, як про родичів (звірят з однієї родини), але за ціною вони різні, як і за якістю та властивостями хутра. Собоць – дорожче. Куниця цінується менше, але її зовсім не можна віднести до бюджетних варіантів.

Тому сюди їдуть за хутряними виробами, оскільки найбільший та найкращий вибір серед всієї європейської території. Також тут проводять екскурсію та відповідають на такі найбільш популярні запитання:

1. Які є види шуб?
2. Яка шуба цінується?
3. Чому соболина шуба найдорожча?
4. Скільки коштує шуба з хутра вікуньї?

5. Які шуби модні у 2022 році?
6. Як дізнатися яке хутро?
7. Яка шуба вважається найкращою?
8. Яка найдешевша шуба?
9. Як відрізнити якісну норкову шубу від неякісної?
10. Яке найцінніше хутро?
11. Які найдорожчі хутра?
12. Що дорожче за шубу з норки чи шиншили?
13. Що краще хутро куниці чи хутро норки?
14. Які шуби з норки краще?
15. Що таке еко норка?
16. Як відрізнити скандинавську норку від звичайної?
17. Як відрізнити дорогу шубу від дешевої?

Кожен турист отримає максимальну та вичерпну відповідь на свої питання, адже, тут виключно виробники продають свою продукцію, а тому розбираються в хутрі.

Наведемо програму розробленого туру, яка отримала назву «Всі їдемо за хутром» за днями.

1 день.

Авіа-переліт з аеропорту Бориспіль (Україна) до аеропорту Македонія (Греція). Авіапереліт здійснюється класом перельоту – економ.

Туристична група з представниками компанії переїжджає на комфортабельному автобусі до м. Касторія. Під час переїзду – туристів ознайомлять з програмою туру та запропонують холодні напої.

Заселяються в готель, після чого туристи будуть мати вільний час до наступного дня.

Вільний час

Туристична група розміщується в готелі «Готель Castor Palace» - найближчий до центру міста готель на дорозі в аеропорт, розташований поблизу тієї ділянки набережної, з якої проглядається плац. Бездоганні номери та надзвичайно зручне решта. Місцезнаходження: Грама 237

2 день.

8:00-9:00 – Сніданок

9:00 – 13:00 – Туристична група переїжджає до виставкового центру “EDİKA”, це спеціалізований виставковий центр міхових виробів, де можна придбати грецьку продукцію.

13:00-14:30 – перехід та обід в ресторані Borgoіno

14:30 – 19:30 - Відвідування магазинів з хутровими виробами:

- Gliagias Bros,
- Nitsa furs,
- Image Furs,
- Erton Grup,
- Ego Furs,
- Estel Furs,
- Manakas Furs,
- Fantastic Furs,
- Vitaniotis Bros,
- Avanti Furs

19:30 – 20:30 – Вечеря

Вільний час

3 день.

7:30-8:30 - Сніданок

8:30 – 9:00 - Виселення з готелю

09:00 – 12:00 - Відвідування магазинів з хутровими виробами

- Marco Varni Fur Center,
- Pkz Furs,
- Naomi Furs,
- Elegant Furs,
- Dios Furs,
- Afrodita Furs,
- Rizos Bros,
- Chrisos Furs

12:00 – 12:45 – Обід в ресторані Borgoino

12:45 – 18:30 - Переїзд до Афін

18:30 – 19:15 – Вечеря Simul

19:15 – 19:25 - Заселення в ГОТЕЛЬ The Modernist Athens

Вільний час

4 день.

9:00 – 10:00 - Сніданок

10:00 – 14:00 - Ознайомча екскурсія Афінами

- Стародавній театр Діоніса.
- Одеон Герода Аттика Клавдія Тіберія
- Пропілеї
- Храм Афін-Переможниці (Нікі Аптерос - Безкрила)
- Храм Парфенон.
- Статуя Афін Парфенос (Хрїсоелефантина)
- Ерехтейон та багато іншого

Екскурсія має на меті ознайомити з історичною пам'яткою архітектури. Туристи завітають на пагорб Акрополь, до Театру Діоніса, де вперше були поставлені знамениті античні драми та трагедії. Прогуляються

приголомшливим Одеоном Герода Аттика і святилищем бога-цілителя Асклепія.

На вершині пагорба відвідають храм Нікі Пропілей та храм Ерехтейон. Побачать Парфенон, який є символом демократії та західної цивілізації. Ці пам'ятники, датовані V століттям, є свідченням славних давніх Афін та Золотого віку Перікла.

У Музеї Акрополя туристи досліджують перший поверх, де виставлені артефакти та розкривають межі повсякденного життя афінян. Познайомляться із весільними звичаями, улюбленими іграшками дітей, методами лікування та релігійними практиками.

Рекомендації до туристів:

1. На першому поверсі стійте на відстані витягнутої руки від таємничих архаїчних статуй 6 століття, що колись прикрашали Акрополь. Будьте зачаровані прогулянкою поряд з каріатидами та величезними частинами входу в Акрополь.
2. На останньому поверсі, поруч із захоплюючим видом на Акрополь, можна помилуватися оригінальною унікальною концепцією та художньою досконалістю фризу Парфенону.

14:00 – 15:00 - Обід

Вільний час

5 день.

8:00 – 9:00 - Сніданок в готелі

9:00 – 9:30 - Виселення з готелю.

9:30 – 14:50 - Трансфер-гід перевозить всю групу до міста Македонія, в аеропорт.

Авіа-переліт з аеропорту Македонія (Греція) до аеропорту Бориспіль (Україна). Авіапереліт здійснюється класом перельоту – економ.

Даний шопінг – тур планується просувати через мережу інстаграм за допомогою постінгу та таргетованої реклами.

3.2. Економічне обґрунтування вартості туру

Розроблений шоп-тур є досить насиченим, запропоновані методи просування є актуальними в наш час, але для кінцевої продажі туру потрібно розрахувати його вартість. Розрахуємо вартість за статтями витрат, відповідно до програми туру.

Вартість туру без зобов'язань, тобто турист не зобов'язується купувати міхові вироби:

1. Авіапереліт Бориспіль – Македонія – Бориспіль – 112 євро.
2. Трансфер згідно програми – 265 євро.
3. Проживання в готелі «Готель Castor Palace» – 125 євро за 2 ночі.

В цю вартість входять сніданки та вечері.

4. Обід в ресторані Voroino – 63 євро (другий день) та 67 євро (третій день)

5. Вечеря Simul – 40 євро

6. Проживання в готелі «The Modernist Athens» – 135 євро за 2 ночі. В цю вартість входять сніданки.

7. Ознайомча екскурсія Афінами з обідом – 70 євро

8. Таргетованна реклама – 25 євро на 1 лід.

Враховуючи всі витрати, собівартість туру – 902 євро.

З кожного проданого туру турфірма має дохід в розмірі 10% й складає 90,2 євро.

Отже, ціна туристичної подорожі складатиме – 993 євро.

Вартість туру з зобов'язаннями, тобто турист зобов'язується купити міхових виробів на суму від 5000 долл:

1. Таргетованна реклама – 25 євро на 1 лід.

Враховуючи всі витрати, собівартість туру – 25 євро.

З кожного проданого туру турфірма має дохід в розмірі 10% й складає 2,5 євро.

Отже, ціна туристичної подорожі складатиме – 28 євро.

Програма для туристів, які беруть тур з зобов'язаннями чи без, - однакова.

Ціна туру за хутром може бути суто символічною, якщо вибрати шоп-тур із зобов'язанням придбати хутряний виріб на суму не менше 5000 євро, при цьому всі витрати на поїздку бере на себе асоціація міхувальників Касторії. Учасники туру, які взяли на себе таке приємно-вигідне зобов'язання, отримують послуги, включені в тур, у подарунок

В вартість туру не включено – оформлення візи, власні витрати, страхування.

Висновки до 3 розділу

Тури до Касторії – завжди вдалий варіант поїздки за шубкою. Серед тисяч моделей та різноманітних видів хутра на одній із фабрик міста неодмінно зустрінеться шуба мрії. А для учасників турів передбачені і пухнасті бонуси: подорож включають приємні сюрпризи, у тому числі можливість отримати хутряний виріб у подарунок!

Програма складена на 5 днів, півтора дні присвячено виключно шопінгу, останній час – пересування за маршрутом та екскурсії, а також вільний час.

Тур розрахований з урахуванням ціни без зобов'язань та коштує 902 євро, а також з зобов'язаннями – коштує 25 євро. Програма є насиченою та занурить у світ міхів та хутра.

ВИСНОВКИ

Греція – велична країна, одна з небагатьох країн світу, якій вдалося зберегти пам'ятки архітектури датовані ще до нашої ери.

Еллада займає територію на півдні Європи, на так званому Балканському півострові. Країна має багато території на материку та багато островів, які об'єднані в групи островів. Омивається водами Егейського моря на сході, Іонічного на заході, Середземного на півдні.

Греція межує з Албанією, Болгарією, Македонією і Туреччиною.

Вся Греція умовно розділена на три частини:

1. Материкова Греція
2. Центральна Греція
3. Острівна Греція

Кожного туриста тут зрозуміють, адже більшість населення, яке працює в сфері обслуговування, розмовляє англійською мовою.

Територія дуже яскрава, а ось, клімат дуже радує свій народ. В Греції немає яскраво вираженої весни і осені. Тому доцільно виділити два сезони:

1. Холодний і дощовий (із середини жовтня по березень);
2. Теплий і сухий (із квітня по першу половину жовтня).

Купальний сезон в Греції припадає на липень – серпень. У ці місяці на місцевих пляжах не проштвхнутися. Ціни на відпочинок і розміщення досягають свого піку. Проте у відпочиваючих є можливість насолоджуватися по-справжньому теплим морем.

У травні – червні, вересні – жовтні туристів на пляжах Еллади менше. Завжди можна знайти тур за привабливою ціною. Правда, будьте готові до того, що море може бути досить прохолодним, особливо на початку травня і в кінці вересня.

Особливістю погодних умов є те, що сніг для греків може стати величезною проблемою та катаклізмом, оскільки вони до нього не звикли та не сприймають його в рамках власної держави.

Маючи такі надбання, греки дуже ретельно розвивають виробництва, бізнеси та сферу обслуговування для збільшення потоку туристів. Одним з таких магнітів є шоп-тури до Касторії. Ці тури популярні тим, що саме тут можна придбати шубу з хутра на будь-який гаманець та за будь-яким смаком. Також додатковою послугою є те, що при покупці шуби можна одразу ж замовити підгін по фігурі цієї шуби.

Розроблена програма шоп-туру передбачає 5 днів.

В перший день наших туристів очікує авіапереліт до аеропорту Македонія. Туристична група з представниками компанії переїжджає на комфортабельному автобусі до м. Касторія. Під час переїзду – туристів ознайомлять з програмою туру та запропонують холодні напої.

Заселяються в готель, після чого туристи будуть мати вільний час до наступного дня.

Другий день починається зі сніданку, адже як відомо за покупками не можна ходити голодними.

Туристична група переїжджає до виставкового центру Едіка, це спеціалізований виставковий центр з міхових виробів, де можна придбати грецьку продукцію

Після обіду туристична група буде відвідувати міхові салони, що займе час до самої вечері

Третій день буде присвячено продовженню прогулянці міховими салонами одразу ж після сніданку.

Після обіду вся група переїжджає до Афін, де заселиться в готель й буде мати трохи вільного часу прогулятися вечірнім містом.

Четвертий день присвячено оглядовій екскурсії – Піша прогулянка Акрополем

Після якої туристи зможуть пообідати та набратися силами, а також провести час за своїм графіком

На п'ятий день туристи виселяються з готелю, переїжджають до Македонії та чекають на літак до Борисполя.

Тур розрахований з урахуванням ціни без зобов'язань та коштує 902 євро, а також з зобов'язаннями – коштує 25 євро. Програма є насиченою та занурить у світ міхів та хутра.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

1. Боровик С.С. Шопінг-туризм як окремий сегмент туризму / С.С. Боровик [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.sworld.com.ua/konferua14/20.pdf>
2. Бордун О.Ю. Главные тенденции развития шоп-туризма Украины. / О.Ю. Бордун [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/328929423_sop-turizm_Ukraini
3. Назаренко А.В. Древняя Русь на международных путях: Междисциплинарные очерки культурных, торговых, политических связей IX-XII вв. – М.: Языки русской культуры, 2001. - 784с
4. Свит Тревел / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sweet-travel.com.ua>.
5. 15 кращих аутлетов Європи: де знаходяться і як доїхати. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ezdili-znaem.com/outlety-evropy/>
6. Гордин В. Э. Культурный туризм и международная торговля услугами / В. Э. Гордин, Л. В.Хорева, Н. П. Сиротюк // Культурный туризм: конвергенция культуры и туризма на пороге XXI века. – СПб.: СПбГУЭФ, 2001. – С.124-Кузнецова Е. Малый бизнес в «индустрии впечатлений» № 6 (521) – 2008. – С.124-129.
7. Кирилюк І. М. Стан та тенденції розвитку туризму в Україні / І. М. Кирилюк // Економіка та управління в XXI ст.: виклики та перспективи розвитку : матер. Міжнародної наук.-практ. конф., 18-19 травня 2017 р., м. Умань / за ред. д.е.н., проф. О.Г. Чирви. – Умань : Видавець «Сочінський М. М.», 2017. – С. 230-233.
8. Гнатюк Р.Л. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СЕРЕДОВИЩА ШОПІНГ-ГОТЕЛІВ / Р.Л. Гнатюк, М.С. Бовкун/ Сучасні проблеми архітектури та містобудування. Випуск 32. 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/50362/1/32_375_380_Особливості%20формування%20шопінг-готелів.pdf

9. Гостиницы / А. П. Ольхова. М.: Стройиздат, 1983. с. 175
10. Матеріально-технічна база і формування готелів і туристичних комплексів / І. Ю. Ляпина, Т. Л. Ігнат'єв, С. В. Безруков. М.: Издательский центр «Академия», 2008. 256 с.
11. Кирилюк Д. Р Шопінг-туризм та його особливості / Д.Р. Кирилюк [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/11/396.pdf>
12. Ковешніков В. С. Інноваційні види туризму./ В. С. Ковешніков О. С. Ліфіренко, Н. М. Стукальська // Інвестиції: практика та досвід. № 4 2016, с. 38 – 44
13. Сучасні різновиди туризму: навч. посіб. / М. П. Кляп, Ф. Ф. Шандор. — К. : Знання, 2011. — 334 с.
14. Старченко В.І. Перспективи розвитку шоп-турів в Україні / В.І, Старченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://eprints.kname.edu.ua/49619/1/ilovepdf_com-113-114.pdf
15. Туристичний портал «Мандри-клуб» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mandry.club/krainy/greciya/>
16. History - твоя бібліотека [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uahistory.co/pidruchniki/world-and-ukraine-history-integrated-course-6-class-moroz-2019/23.php>
17. Сайт «Погода 33» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pogoda33.ua/Клімат-Греції>
18. Туристична фірма «Твоя Даша» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dasha.ho.ua/index.php/greece/56-mista-i-kurorty>
19. Туроператор «Гал-круїз» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.gal-cruise.com.ua/14-кращих-місць-які-варто-відвідати-в-гр/>

20. Мережа туристичних агенцій «Поїхали з нами» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.poihaluznamu.com/article-6-uljublenyh-vyznachnyh-misc-greciji-na-dumku-turystiv>

21. ІНТЕРНЕТ-ДОВІДНИК ДЛЯ ТУРИСТІВ МАРМЕ.СЛУБ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://марме.club/kraini/28-greciya.html>

ДОДАТКИ

Додаток А. Презентація до кваліфікаційної роботи бакалавра

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет
Кафедра туристичного бізнесу та рекреації



РОЗРОБКА ТА ПРОСУВАННЯ ШОПІНГ-ТУРУ ПО ГРЕЦІЇ

Здобувачка Катерина АНГЕЛЬЧУК
Керівники Федір ТРІШИН
Оксана БАЙРАЧНА

ЩО ТАКЕ ШОПІНГ ТУР?

Шопінг-тур - (англ. shop tour) - організована закордонна поїздка за заздалегідь наміченим маршрутом, метою якої є придбання товарів широкого вжитку, призначених для подальшого перепродажу або власного споживання.

Шоп-тури є унікальною нагодою поєднати відпочинок з покупками.

Основними країнами щодо шоп-турів є ті, у яких представлений багатий вибір якісної продукції, а митні правила досить ліберальні.

Низькі ціни на шоп-тури цілком зрозумілі, оскільки частину витрат беруть на себе торгові центри (фабрики, склади тощо.), зацікавлені у припливі покупців.

ГРЕЦІЯ

- Греція розташована на південному Сході Європи.
- Омивається водами трьох морів: Середземного, Егейського, Іонічного.
- Межує з Туреччиною, Болгарією та Албанією.
- Площа Греції 132000 км².
- Державна мова - новогрецька. У туристичній сфері (готелі, ресторани, сувенірні магазини) часто вживається англійська мова.
- Вся Греція умовно розділена на три частини:
 1. Материкова Греція
 - Македонія (Халкідікі і Кастор)
 - Фракія (область, яка межує з Болгарією і Туреччиною: Александрополь, Комотіні)
 - Епір (область, яка омивається Іонічним морем і межує з Албанією)
 - Фессалія (область, яка омивається Егейським морем: Волос, Лариса, Трікала)
 2. Центральна Греція
 - Халкіда, Амфисса, Ламія (географічно центральна частина Греції)
 - півострів Пелопоннес
 - Афіни і область навколо Афін - Аттика
 3. Острівна Греція
 - Острови Егейського і Іонічного морів: Крит, Евбея, Лесбос, Санторіні, Самос, Родос, Лерос і інші.

ВИЗНАЧНІ МІСЦЯ ГРЕЦІЇ

	
Акрополь	Дельфи
	
Містра	Олімпія

ВИЗНАЧНІ МІСЦЯ ГРЕЦІЇ

	
Парфенон	Навайо
	
Меліссані	Одеон Геродота

Об'єкти, які увійшли до ЮНЕСКО



ПРОЕКТ ШОПІНГ-ТУРУ “Всі їдемо за хутром”



ПРОГРАМА ШОПІНГ-ТУР “ВСІ ЇДЕМО ЗА ХУТРОМ”

1 день:

- Авіапереліт Бориспіль – Македонія
- Переїзд в Касторію
- Заселення в готель
- Вільний час



2 день:

- Сніданок
- Виставка “ЕДИКА”
- Обід
- Відвідування магазинів з хутровими виробами:
 - Gliagias Bros,
 - Nitsa furs,
 - Image Furs,
 - Erton Grup,
 - Ego Furs,
 - Estel Furs,
 - Manakas Furs,
 - Fantastic Furs,
 - Vitaniotis Bros,
 - Avanti Furs
- Вечеря

3 день:

- Сніданок
- Виселення з готелю
- Відвідування магазинів з хутровими виробами
 - Marco Varni Fur Center,
 - Pkz Furs,
 - Naomi Furs,
 - Elegant Furs,
 - Dios Furs,
 - Afrodita Furs,
 - Rizos Bros,
 - Chrisos Furs
- Обід
- Переїзд до Афін
- Вечеря
- Заселення в готель

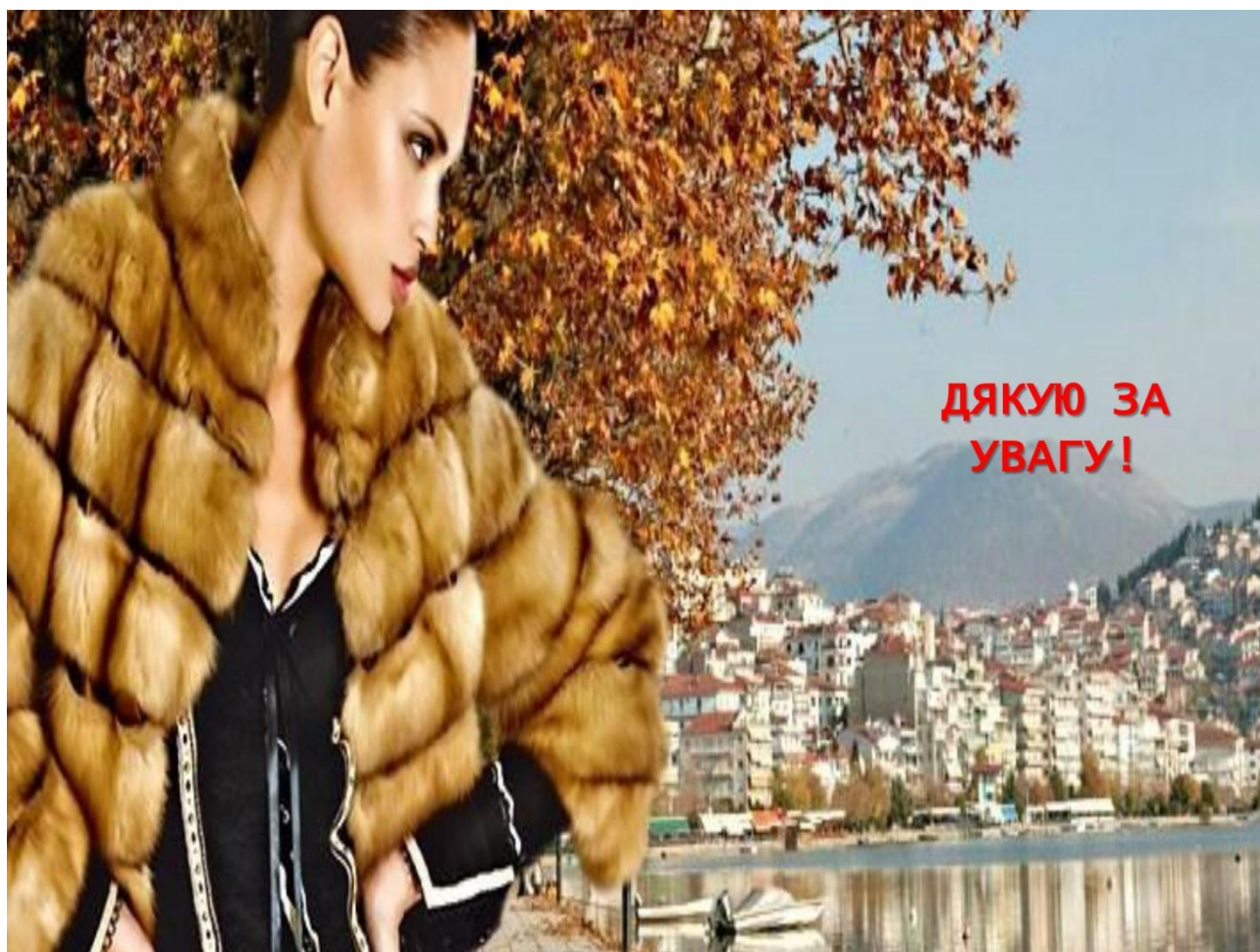
4 день:

- Сніданок
- Ознайомча екскурсія Афінами
 - Стародавній театр Діоніса.
 - Одеон Герода Аттика Клавдія Тіберія
 - Пропілеї
 - Храм Афіни-Переможниці (Нікі Аптерос - Безкрила)
 - Храм Парфенон.
 - Статуя Афіни Парфенос (Хрисоелефантинна)
 - Ерехтейон
- Обід
- Вільний час

5 день:

- Виселення з готелю
- Переїзд до Македонії
- Авіапереліт Македонія - Бориспіль





**ДЯКУЮ ЗА
УВАГУ!**

Додаток Б. Перевірка на антиплагіат

Перевірка тексту на плагіат

Кваліфікаційна робота бакалавра.

Тема:

«Розробка та просування шопінг-туру по Греції»

Засіб перевірки UniCheck

Унікальність по фразам > 30 %

Унікальність по словам > 30 %



Ім'я користувача:
Федір Трішин

ID перевірки:
1011609532

Дата перевірки:
18.06.2022 17:06:01 EEST

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:
18.06.2022 17:09:26 EEST

ID користувача:
100009626

Назва документа: кваліфікаційна робота_Ангельчук Катерина

Кількість сторінок: 78 Кількість слів: 13407 Кількість символів: 97910 Розмір файлу: 3.44 MB ID файлу: 1011477968

40.5%
Схожість

Керівники: _____ к.т.н. Трішин Ф.А.

_____ д.ф. Байрачна О.К.

Здобувач: _____ Ангельчук К.О.